



Harley-Davidson-Parade (in Hamburg): Lustvoll vergurkter Lebensabend

MOTORRÄDER

Club der greisen Biker

Kaufkräftige Senioren fahren Motorrad – doch junge Menschen, einst Kernklientel, finden die Spielzeuge der Alten uncool. Erschwert wird der Einstieg auch durch aufwendige Führerscheineprüfungen. Helfen neue Produkte gegen die Verspießerung? Eine Branche bangt ums Überleben.

Das Fieber der Samstagnacht hat sich gelegt. Völlig. Nicht mal erhöhte Temperatur wäre noch messbar. Disco-König John Travolta tanzt nicht mehr. Er fährt Motorrad.

Ebenso gut könnte er klöppeln. Oder Briefmarken sammeln.

In dieser Woche läuft ein Kinofilm an, dessen Titel in der deutschen Übersetzung stottert wie ein benzinüberfetteter Harley-Motor: „Born to Be Wild – Saumäßig unterwegs“. Das Lichtspiel zeigt Travolta als bräsen Moppel in unehrenhaft ergrauter Chopper-Gesellschaft.

Der Highway-Schwank soll den Seniorenkult ums Kraffrad veralbern – und trifft den Nerv der Branche punktgenau am Musikknochen. Achim Marten, Sprecher des Industrie-Verbands Motorrad (IVM), durfte die „Easy Rider“-Persiflage vorab ansehen und merkt knurrig an: „Es hätte mich schon gefreut, wenn auch der eine oder andere junge Mensch dabei gewesen wäre.“

Doch wo sollen sie herkommen, die jungen Menschen? Es gibt ohnehin immer weniger davon. Und wenn diese wenigen eines nicht im Sinn haben, dann sind es

Motorräder. Das Durchschnittsalter der Käufer liegt inzwischen bei Mitte vierzig, und die Hersteller beobachten diese Entwicklung längst nicht mehr mit Selbstironie. Es geht um die Existenz. Der Absatz sinkt im Sturzflug.

„Das Motorrad“, konstatiert der IVM bitter, „hat sein Differenzierungspotential, seine eigene Jugendlichkeit verloren.“ Vom „Symbol des Anti-Establishments“ sei es zum „Prestigeobjekt und Statussymbol des Establishments“ geworden.

Was heute ein Problem ist, begann vor etwa 20 Jahren als wundersamer Auf-

schwung: Erfolgsmenschen gehobenen Alters entdeckten ihr Rebellien-Gen und verhalfen darbenenden oder bereits verschwundenen Motorradmarken wie Harley-Davidson, Ducati und Triumph zu neuem Erfolg und Prestige.

Getragen von einer Welle der Zweirad-Begeisterung, verdreifachte sich der Absatz in Deutschland binnen wenigen Jahren – ein Strohfeuer. Das Phänomen ist längst Gegenstand soziologischer Diplomarbeiten und kennt kaum Feinlichkeitsgrenzen. Apokalyptische Biker dominieren die Szene, fettleibige Pseudo-Outlaws in maßgeschneidertem Trapperwand, die unter geistlichem Begleitschutz zotziger Motorradpfarrrer lustvoll ihren Lebensabend vergurken.

Was könnte junge Menschen mehr abschrecken? Und was soll ein Industrieverband da tun? Der IVM entschied sich zunächst für die Strategie, die verlorenen Söhne und Töchter erst einmal wieder kennenzulernen. Er unternahm in den vergangenen drei Jahren diverse „Spirit-Tourer“ zu Rockkonzerten. Angeklickt von Stunts und Shows, wurden die jungen Menschen dort befragt.

Auf „durchaus großes Interesse“ sei er gestoßen, erklärt IVM-Sprecher Marten. Den Hauptgrund für den Nachwuchsschwund sieht er in den finanziellen Hürden. Der Eintritt in die Motorradwelt ist in Deutschland teurer als der in manchen Golfclubs.

Das beginnt schon beim Führerschein. Mit dem einsetzenden Motorradboom in den achtziger Jahren witterte die Fahrer-Lobby das große Geschäft im Dienst der Sicherheit. Die bis dahin lapidare und billige Praxisprüfung wurde durch ein Programm aus stummtartigen Geschicklichkeitstests ersetzt, das in seiner ersten Fassung sogar Profis überforderte.

Legendar ist die Demonstrationsfahrt des damaligen Verbandsvorsitzenden Gerhard Heiler vor der Fachzeitschrift „Motorrad“. Der Oberlehrer scheiterte an diversen Übungen und ging beim „Bremsen in Schräglage“ samt seiner schweren BMW zu Boden. Das Prüfprogramm wurde darauf etwas entschärft, um die Schüler keinen „Zirkusnummern auszusetzen“ (so ein Fahrer).

Gleichwohl blieb die Ausbildung mit zahlreichen Pflichtstunden in Deutschland anspruchsvoll und teuer. Die Fahrerlaubnis für Motorräder kostet inzwischen mindestens 1500 Euro, bei mangelnder Fortune schnell mal 2000.

In anderen europäischen Ländern ist die Lizenz für einen Bruchteil dieser Kosten zu erwerben – und der Absatz schrumpft dort nicht annähernd so stark oder gar nicht. Italien hat Deutschland als wichtigsten Motorradmarkt längst abgelöst.

Hier keinen Zusammenhang zu sehen gelingt nur Gerhard von Bressendorf, dem Vorsitzenden der Bundesvereinigung der Fahrerverbände. Er vermutet einen anderen Grund für die Misere: „Die Hersteller tragen einen Großteil der Schuld selbst, weil sie nur die Big Bikes weiterentwickelt haben.“

Dem stimmt auch Klaus Bescher zu, Marketingchef beim Honda-Importeur in Offenbach. Allerdings sei dieses Problem auch lösbar. Honda habe bereits gehandelt und sich mit einer sportlicheren 125er die Hälfte des Einsteigermarktes gesichert.

Der teure Führerschein dagegen wird bleiben. Es geht um die Vermeidung von Verkehrstoten; wie groß auch immer der Beitrag der strengen Fahrerschulordnung ist, an das Thema traut sich kein Lobbyverein ran.

Den Herstellern wird nur die Möglichkeit bleiben, die Zeche zumindest teilweise zu übernehmen. Honda ging den ersten Schritt in diese Richtung und lockt Interessenten mit der Internet-Seite fahren-ohne-führerschein.de – ein Motto, das die Fahrerverbände schweigend missbilligen.

Dahinter verbirgt sich das Angebot eines kostenlosen eintägigen Praxistrainings für Interessenten ohne Führerschein, zu dem

der Hersteller Fahrzeuge und Ausrüstung stellt. Durch die Veranstaltung führen ausgebildete Fahrlehrer.

Die Teilnehmer werden schon auf der Startseite geduzt und mit vermeintlichem Jugendvokabular („Mopped“ statt „Motorrad“) konfrontiert. Die Kandidaten, die dann erscheinen, sagt Bescher, seien 18 bis 50 Jahre alt, und jeder Zweite wolle danach den Führerschein machen. Bestellt derjenige auch gleich eine neue Honda, schießt der Hersteller 1000 Euro Prämie dazu.

Laut Bescher zeigt das Modell erste Erfolge. 200 Veranstaltungen mit je bis zu 40 Teilnehmern seien bereits durchgeführt worden. Auch andere Hersteller und Händler setzen inzwischen auf ähnliche Aktionen.

Dass derlei Lockmethoden der Zweiradzunft rasch aus der Vergreisungshilfe helfen werden, wagen nicht einmal Berufsoptimisten des Industrieverbands zu hoffen. IVM-Sprecher Marten glaubt immerhin, aus den Verkaufszahlen der vergangenen Monate eine zarte Trendwende herauszulesen.

Andere Vertriebsprofis vermuten, dass hier eher eine Art Fata Morgana vor den Augen der Verschmachtenden aufblinzelte: „Die Wahrheit ist noch viel schlimmer als die offiziellen Verkaufszahlen“, klagt der Kölner Kawasaki-Händler Rolf Jung. Mit Firmenzulassungen von Maschinen, die dann ins motorradhungrige Italien oder nach Spanien exportiert werden,



Gilera-Dreirad Fuoco. Auf Krankenschein erhältlich?

Technik

Technik

schönsten die Hersteller noch die amtlichen Statistiken. In Wirklichkeit sei der Markt nicht nur stark geschrumpft, sondern völlig kollabiert.

Jung verkaufte in den besten Jahren 300 Motorräder, heute sind es kaum noch 100. Was den Familienbetrieb derzeit über Wasser hält, ist der seit 1924 bestehende Fahrradhandel.

Vor über 30 Jahren verschrieb sich Jung der Marke Kawasaki. Es war die Zeit, als Japans Zweiradbauer den Weltmarkt im Handstreich eroberten und eine erste Ahnung aufkeimte, was noch im Automobilgeschäft passieren würde. In Motorentechnik, Leistung und Zuverlässigkeit weit überlegen, deklassierten die Asiaten alles, was die klassischen Motorradnationen England, Deutschland und Italien zu bieten hatten, und fetten deren legendäre Marken vom Markt.

„Alle Zuhälter von Köln fuhren Kawasaki“, schwärmt Jung, und die krawallige PS-Fabrik strahlte auch noch menschliche

Vertriebschef Daniele Bandiera rühmt das motorisierte Dreirad als „ersten SUV-Roller“ – in Anlehnung an die ebenso verpönten wie beliebten Pseudo-Geländewagen. Junge, ambitionierte Leute werden als Zielgruppe genannt. Das Gefährt kostet 7600 Euro, sieht aber so aus, als könnte es auf Krankenschein bezogen werden.

Laut Händler Jung brauchen Einsteiger keine drei Räder, sondern vor allem mindestens einen Gleichgesinnten: „Wer fährt denn allein Motorrad?“ Seinen Kindern hat Jung die Führerscheine spendiert, doch sie fahren kaum, weil ihre Freunde das auch nicht tun.

Anschlusshilfe könnte die Kontaktbörse des Fachmagazins „Tourenfahrer“ geben. Dort aber finden sich dann Annoncen wie: „Ruheständler gesucht“ oder „... bin Ende 50, fahre BMW, Zelt und Kocher“.

Die greisen Reiter eroberten längst auch einen weiteren Schauplatz der Motorradszene, wo gemeinhin junge Wilde vermutet werden: Tuning-Werkstätten. Zu den



Motorradfahrer Travolta (l.) in „Born to Be Wild...“: Unehrenhaft ergraute Gesellschaft

Wärme ab. Als die ersten Händler nach Japan zum Werksbesuch kamen, stand da auf Transparenten „Welcome to the Kawasaki Family“.

Später waren die Händler nur noch ein Teil der „Kawasaki World“, und „inzwischen sind wir die letzten Deppen“, stellt Jung fest. Der Leitmarkt Europas ist längst Italien. Deutschland, so scheint es ihm, wurde von der Firmenzentrale abgeschrieben. In seinem Lager verstaubt eines der schnellsten Serienmotorräder der Welt, 200 PS stark und 300 km/h schnell. „Auch an den Produkten müsste sich was ändern“, meint Jung.

Aber was? Den kühnsten Versuch, ein völlig neues Fahrzeug zu etablieren, unternimmt derzeit der italienische Piaggio-Konzern. Die Urmutter der Roller (Vespa) bringt in diesem Sommer das Gilera-Modell Fuoco (Feuer) auf den Markt, ein merkwürdiges Zwitterwesen mit einem Rad im Heck und zweien vorn, die dank einer komplexen Achskinetik auch Schräglagen zulassen.

Tester der Fachpresse zeigten sich bereits erstaunt von den dynamischen Qualitäten der 500-Kubik-Maschine. Piaggio-

ersten Adressen zählt der Bonner Motorveredler LKM. Inhaber Hans Dieter Löhr empfängt Kunden mit einem schraubstockartigen Händedruck und der rheinischen Begrüßungsformel: „Isch binner Hennes.“

Der Kfz-Meister für Mechanik und Elektrik startete einst als Moped-Friseur. Heute bringt er die japanischen Spitzenmotoren von 180 auf weit über 200 PS und bekommt zuweilen auch Besuch von neugierigen Ingenieuren der Entwicklungsabteilungen. Seine Klientel ist „zwischen 35 und unendlich“, sagt Löhr ohne eine Spur von Gerontophobie. Die Auftragsbücher sind voll.

„Die Jungs“, erklärt er, „die fangen richtig an zu leben mit Mitte 40.“ Er selbst wird bald 51 und behauptet, dass er immer erst den Menschen verstehen müsse, ehe er den Motor öffne.

Kürzlich erschien der Eigner einer Suzuki Hayabusa, die schon serienmäßig an die 300 km/h schafft. Im Therapiesprache wurde Löhr schnell klar: „Der will nicht 300 fahren – der will über 300 fahren.“

Der Auftrag wurde erfolgreich ausgeführt. Der Kunde ist 72. CHRISTIAN WÜST