
Interview Kolja Rebstock: „Man muss das selbst gespürt und erlebt haben“

Von Jens Riedel, cen

Harley-Davidson ist eine der berühmtesten Marken der Welt, nicht nur in Motorradkreisen. Die Maschinen aus Milwaukee umgibt ein gewisser Mythos, und das nicht erst seit dem Kultfilm „Easy Rider“. In diesem Jahr wird das Unternehmen 120 Jahre alt. Nach den Hamburg Harley Days am vergangenen Wochenende mit rund 60.000 Besuchern findet die große europäische 120-Jahr-Feier vom 22. bis 25. Juni in Budapest statt. Das große amerikanische „Harley-Davidson Homecoming“ steht dann vom 13. bis 16. Juli am Stammsitz in Milwaukee an. Wir sprachen mit Europa-Chef Kolja Rebstock über die US-Kultmarke.

Herr Rebstock, welchen Stellenwert hat der deutsche Markt für die Marke?

„Einen großen. Die DACH-Region ist die wichtigste Region, was die Neuzulassungen motorisierter Zweiräder in Europa anbetrifft. Daher haben Harley-Davidson Europe und unser Headquarter in den USA Deutschland stets im Blick. Außerdem sind sowohl unser CEO Jochen Zeitz als auch ich Deutsche. Zu unseren Informationsquellen zählen nicht zuletzt deutsche Medien und Fachmedien.“

Wieso fiel die Wahl auf Ungarn als Veranstaltungsort für die große Geburtstagsfeier in Europa im Juni?

„Ungarn ist ein faszinierendes, aber auch ein eher unbekanntes Land. Es hat jede Menge zu bieten: nette und zuvorkommende Menschen, ein gut ausgebautes Straßennetz durch schattige Alleen und dichte Wälder, fantastische Altstädte, eine vielfältige Küche und leckere Weine. Die Weite des Himmels, wie sie sich dort in etlichen Regionen präsentiert, würdest Du in Europa nirgendwo erwarten. Und Budapest ist eine faszinierende und wirklich quirliche Metropole mit langer Historie, die uns alle sehr herzlich empfangen wird.“

Was wird es in diesem Jahr an neuen Modellen geben und auf welches freuen Sie sich am meisten?

„Wir haben ja bereits unsere sieben exklusiven Anniversary-Modelle und die jüngste Inkarnation der Breakout vorgestellt – mit dem Milwaukee-Eight 117 und etlichen anderen Goodies. Außerdem gibt's die neue Nightster Special mit Soziussitz, TFT-Display, Cruise Control und zusätzlichen Fahrmodi. Darüber hinaus haben wir zwei neue CVO-Modelle am Start – mit neuem Design und neuer Technik, über die ich allerdings noch nicht viel verraten darf. Sie sind streng limitiert. Das gilt auch für die Modelle der Enthusiast Collection, die im Lackdesign Fast Johnnie gehalten sind, und für die Electra Glide Highway King im Look der 1968er Electra Glide – ein wunderschönes Bike, auf das ich mich ganz besonders freue.“

Was macht Ihrer Meinung nach die Marke und ihren Kultcharakter aus?

„Da gibt es diesen schönen Satz: If I had to explain, you wouldn't understand. Man muss das selbst gespürt und selbst erlebt haben. Es geht um Werte wie Freiheit, Individualität und Nonkonformismus, die ganz eng mit unserer Marke verknüpft sind, und um das ganz spezielle Lebensgefühl, das damit einhergeht. Es hat damit zu tun, dass unser Unternehmen der traditionsreichste Motorradhersteller der Welt ist, nur wir stellen seit 120 Jahren ohne Unterbrechung und eigenständig Motorräder her. Das kann kein anderer vorweisen. Harley-Davidson ist ein Name, den man überall auf der Welt kennt und liebt, einerlei, ob man Motorrad fährt oder nicht.“

In China werden immer wieder Einstiegsmodelle mit 500 Kubik oder sogar noch weniger Hubraum Hersteller vorgestellt. Würden Sie sich so etwas auch für die europäischen Märkte wünschen?

„Einstiegsmodelle dieser Art sind meiner Ansicht nach für asiatische Märkte sinnvoll, nicht jedoch für unsere europäischen.“

Welches Motorrad fahren Sie selbst?

„Ich hatte bisher zwei Fat Boys in der Garage, Modelljahre 20 und 21, habe eine davon jetzt verkauft und warte auf meine neue Street Glide.“

Bevor Sie vor zweieinhalb Jahren zu Harley-Davidson kamen, waren Sie Geschäftsführer von Mitsubishi Deutschland. Was hat Sie besonders am Wechsel gereizt und wo sehen Sie die größten Unterschiede zwischen der Automobil- und der Motorradbranche?

„Harley-Davidson als Beruf, was kann es Schöneres geben!? Außerdem erlebe ich die Motorradbranche als lockerer und offener. Statt Krawatte und Jackett reichen Shirt und Jeans, man ist sofort beim ‚Du‘ und begrüßt sich mit dem Bikergruß. Der Kontakt mit unseren Kunden und unseren Händlern macht mir daher große Freude.“ (cen/jri)

Bilder zum Artikel



Kolja Rebstock, Europa-Chef von Harley-Davidson.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Harley-Davidson



Harley-Davidson Electra Glide Highway King.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Harley-Davidson



Hamburg Harley Days 2023.

Foto: Autoren-Union Mobilität/AmyLee Photography
