



Thömus: Bikes der Spitzenklasse vom Bauernhof

Auf dem Bauernhof seiner Eltern im bernischen Niederscherli hat der umtriebige Thomas Binggeli ein kleines Velo-Imperium geschaffen. Die E-Bikes, Rennvelos und Alltagsräder der Marke «Thömus» genügen höchsten Ansprüchen. Mit seiner neusten «Geheimwaffe», dem Lightrider, soll in Tokio sogar um olympisches Edelmetall gefahren werden.





Der umgebaute elterliche Bauernhof bietet eine ideale Verkaufsfläche.

«Hightech vom Bauernhof» ist einer der Slogans für die Velos der Marke «Thömus». Thomas «Thömu» Binggeli kokettiert gerne mit seiner Herkunft und derjenigen seiner Bikes. Aufgewachsen ist er in Oberried bei Niederscherli, einem Weiler zehn Kilometer von Bern entfernt. Der Bauernhof seiner Familie wurde bis auf eine kleine Schafherde nicht mehr landwirtschaftlich genutzt, sein Vater arbeitete als Automechaniker. Für Binggeli bedeutete das vor allem genug Platz, um sich intensiv seinem Hobby – dem Mountainbike – zu widmen.

Schon als Primarschüler reparierte Thömu die Räder seiner Freunde und spritzte sie um, mit Dreizehn begann er, Velos zu verkaufen. Stall, Scheune, Ofenhaus – ein Gebäude des Bauernhofs nach dem anderen verleihte der leidenschaftliche Biker seinem «Thömus Veloshop» ein. Laut Firmengeschichte verkaufte er irgendwann die Schafe seiner Eltern – den letzten Rest Landwirtschaft – weil er noch mehr Platz brauchte. Trotzdem unterschrieb seine Mutter den Antrag für den ersten Handelsregister eintrag, denn der Unternehmensgründer selber war mit siebzehn Jahren noch nicht dazu berechtigt.

In den Anfängen war Binggeli Fahrradhändler und baute gemäss den Wünschen seiner Kunden individuell bestückte Bikes auf. Die Bike-Marke, die seinen Kosenamen trägt, lancierte er sieben Jahre später. Fortan wurden in chinesischen Fabriken nach den Plänen der Entwickler Rahmen gebaut, welche die Thömus-Angestellten in der Schweiz zu ganzen Fahrrädern komplettierten. Und auch heute ist es bei Thömus noch üblich, dass die Käuferin oder der Käufer bestimmt, welche



Schaltung, Bremsen, Laufräder und welche weiteren Anbauteile montiert werden.

Macher aus Leidenschaft

Inzwischen verkauft «Thömus» jährlich mehrere Tausend Velos, erwirtschaftet damit 10 Millionen Franken, beschäftigt über 50 Mitarbeitende und bildet vier Lernende aus. Das Kunststück, das der gelernte Spengler Binggeli vollbracht hat, ist, dass seine Kunden zu ihm nach Oberried pilgern, um die Velos anzuschauen und auf der

«Der Direktverkauf ermöglicht einen hohen Individualisierungsgrad.»

Teststrecke über die ehemaligen Weiden Probe fahren. Mit dem Direktverkauf spart sich Binggeli die Kosten für den Zwischenhandel, den die konventionell wirtschaftenden Velohändler berappen müssen. «Vor allem aber können wir durch den Direktverkauf genau den Individualisierungsgrad anbieten, den die Kunden seit je her von Thömus kennen», fügt er an. Mit dem umgebauten Bauernhof hat er eine Verkaufsfläche, die ihn anderswo viel mehr Geld gekostet hätte – wobei Thömus seit langem einen Shop mitten in Bern betreibt und im Werk in Thörishaus die Teile aus Asien zu Fahrrädern zusammenbaut und lagert.



Fotos: Foto Frutig

«Machen ist wie wollen, nur krasser», ist einer der Lieblingsätze Binggelis. Er steht exemplarisch für ihn, der nichts lieber tut, als Ideen umzusetzen, Produkte zu lancieren, neue Geschäftszweige aufzubauen. Deshalb wurde er vom Fachhändler zum Entwickler hochwertiger Fahrräder. Zu seinem unternehmerischen Instinkt gehört auch, zu merken, wenn es Zeit ist, sich von einem Geschäftsbereich zu trennen. Binggeli war schon Rennveranstalter, importierte Freizeit- und Schneesportkleidung, entwickelte Downhill Bikes – und er hörte damit auf, als diese Produkte ihren Zenit überschritten hatten oder es nötig war, die Energie in eine andere Richtung zu lenken. Unverändert ist Binggelis Leidenschaft für das Velo – als Sportgerät wie als Transportmittel im Alltag. Er nehme so oft als möglich das Fahrrad, um von A nach B zu gelangen, sagt er, und die Zeit für Bike- und Rennradtouren nimmt er sich. «Die besten Ideen habe ich an der frischen Luft auf dem Velo, nicht im Büro», betont er. Sein Netzwerk ist legendär – von Unternehmerkollegen, mit denen er sich austauscht, über Politiker bis zur Sport- und weiterer Prominenz. Die meisten seiner Kontakte zu Politikern, Wirtschaftsgrößen, Sport- und weiterer Prominenz entstanden bei Veloanlässen.

Freude am Velofahren als Geschäftsmodell

Mit dem gleichen Geschick bindet die Marke Thömus ihre Kunden an sich. Auffallend oft stecken die Menschen, die ein Mountainbike oder Rennvelo von Thömus fahren, auch in einem Trikot mit dem unverkennbaren Logo. Wer in Oberried ein Bike kauft, wird Teil der Gemeinschaft. Wöchentliche Bike-Treffs, Events auf dem Bauernhof, gemeinsame Teilnahme an Rennen oder seit einigen Jahren

eine 24-Stunden-Rennvelo-Tour – Thömus macht es ihren Kunden schwer, das Velo im Keller verstauben zu lassen. «Velos zu verkaufen ist erst der Anfang. Ebenso wichtig ist es, die Kunden zu aktivieren, sie die Freude am Velofahren erleben zu lassen», begründet Binggeli sein grosses Engagement für seine Kundschaft und den Radsport an sich.

Olympia- oder WM-Gold

Daneben arbeitet der Unternehmer auch mit der Elite des Sports zusammen. «Vom Rennsport kommen wir ursprünglich her», stellt Binggeli klar, diverse Renn-Teams waren und sind in den Farben der Marke aktiv. Als ein erfolgreiches Schweizer Mountainbike-Profi-Team keinen Hauptsponsor mehr fand, sprang Thömus ein. Natürlich nicht, ohne die Ziele hoch zu stecken: Eine Medaille an den Olympischen Spielen in Tokio soll der Lohn sein. Und wenn nicht? «Dann muss einer aus dem Team Weltmeister werden», meint er verschmitzt. Einen Vize-WM-Titel durch Mathias Flückiger und WM-Gold in der höchsten Nachwuchskategorie durch Alessandra Keller gabs bereits für das Thömus RN Swiss Bike Team.

Damit Mathias Flückiger und Alessandra Keller in Tokio vorne mitfahren, hat die Thömus-Entwicklungsabteilung ihre vollgefederte Rennmaschine namens «Lightrider» nochmals verbessert. Noch leichter, noch steifer ist das Bike. Seine Fahreigenschaften sind auf die olympische Cross-Country-Strecke ausgelegt. «Es sind Details, die wir verbessert haben», ist sich Binggeli bewusst, «aber die können entscheidend sein.» Jene Freizeit-Biker, die wie die Profis unterwegs sein wollen, können das tun.



Die Olympia-«Geheimwaffe» Lightrider kann eins zu eins auch von den Endkunden erworben werden.

«Wir sind wohl eine der wenigen Marken, die das Top-Modell der Weltcup-Fahrer eins zu eins den Endkunden anbieten», hält Binggeli fest.

Der nächste grosse Wurf

Den Weg vom Rennsport zum Breitensport ging auch Binggelis jüngster Wurf, der Swiss Bike Park. Vor fünf-

zehn Jahren träumte er von einer Downhill-Strecke für Spezialisten auf dem Land seiner Familie. Viele Diskussionen, politische Beschlüsse, Kompromisse und Planänderungen später ist daraus eine Anlage geworden, auf der vom Kind bis zur e-bikenden Seniorin und ebenso die versiertesten Mountainbiker ihren Spass haben. 30 000 Quadratmeter ehemalige Kuhweide belegt der Park, 15 Millionen Franken kostete der Bau. Trotzdem sollen die Besucher ihre Runden gratis drehen dürfen. Binggeli sieht den Swiss Bike Park als Beitrag an eine gesunde und umweltfreundliche Schweiz, aber auch als Anlage, die sich am Markt behaupten soll.

Einmal mehr hat Binggeli die Scholle seiner Eltern umgestaltet. Wehmut plagt ihn keine, dass der Ort seiner Kindheit nicht mehr so aussieht wie früher. «Mich und mein Unternehmen immer wieder neu zu erfinden gehört zu meinem Naturell. Natürlich muss man so ein Bauwerk im Einklang mit der Umgebung realisieren. Aber Stillstand war für mich noch nie eine Lösung und ist es auch weiterhin nicht.»

Stillstand erwartet niemand vom Bike-Unternehmer, aber vielleicht mal eine Verschnaufpause? Fehlanzeige. Binggeli und sein Team arbeiten längst am nächsten Projekt. «Es geht um Bike Sharing» verrät der Unternehmer. Man darf davon ausgehen, dass er auch in diesem bereits ordentlich umkämpften Markt keine halben Sachen machen wird.

● Stefan Michel

Thömus und das Rad der Zeit

- 1991 Der 17-jährige Thomas Binggeli gründet Thömus Veloshop.
- 1994 Binggeli gründet die Importfirmen ProCycle und Cycle Craft Bikes.
- 1997 Eröffnung Thömus Snowfarm Ski- und Snowboard Shop.
- 1998 Die ersten Bikes der Marke Thömus kommen in den Handel.
- 2001 Thömus Veloshop wird zur Aktiengesellschaft.
- 2005 Der erste Thömus Lightrider in Carbon kommt auf den Markt.
- 2006 Thömus Veloshop ist Schweizer Jungunternehmen des Jahres.
- 2009 Das innovative E-Bike «Stromer by Thömus» wird lanciert.
Thömus gründet ein Weltcup-MTB-Team.
- 2011 Thömus Veloshop verkauft Stromer an BMC Switzerland AG.
Thomas Binggeli gibt die operative Leitung von Thömus Veloshop ab und wird Teilhaber und CEO von BMC.
- 2014 Thomas Binggeli kehrt als CEO zu Thömus zurück und wird VR-Präsident von BMC.
Die für den Swiss Bike Park nötige Umzonung wird vom Stimmvolk gutgeheissen.
- 2017 Das vollgefederte E-Mountainbike Thömus Lightrider E1 wird lanciert.
- 2018 Thömus steigt beim RN Swiss Bike Team als Hauptsponsor ein.
- 2019 Alessandra Keller wird auf Thömus U23-Weltmeisterin, Mathias Flückiger Vize-Weltmeister der Elite.
- 2019 Der Swiss Bike Park wird mit der Red Bull-UCI-Pumptrack-WM eröffnet.
- 2020 Der optimierte «Lightrider» soll in Tokio Olympia-Gold holen.