



## FAMILY AFFAIR

**Zum 20-jährigen Bestehen hat Thömus Veloshop zum grössten Mittwochsbiken seiner Geschichte eingeladen. 250 kamen, fuhren und feierten, trotz heftiger Regenfälle.**

Text und Fotos Martin Platter

Ist die «Thömus Community» eine Familie mit sektenähnlichen Zügen? Diese Frage, die Lästerungen aus konkurrierenden Firmen längst mit Ja beantwortet haben, musste man sich als kritischer Geist an jenem ersten Mittwoch im August erneut stellen. Dicke graue Wolken standen bedrohlich am Himmel. Doch schon eine Stunde vor der offiziellen Startzeit zur wöchentlichen Mittwochsausfahrt um 19 Uhr wird der Platz zum Parkieren beim berühmtesten Veloshop auf dem Bauernhof in Oberried bei Köniz knapp. «250 Teilnehmer haben sich angemeldet», keucht Firmensprecher René Walker, der mit einem Stapel Wegweisern unter dem Arm versucht die Autoschlange zu bändigen.

Bald darauf ist der Platz zwischen den Gebäuden auf dem Bauernhof der Binggelis dicht bevölkert von Dutzenden in Rot gekleideten Thömus-«Followern». Wie ein Messias erklimmt Thomas Binggeli, den alle nur «Thömu»

nennen, die Treppe über dem Eingang des modern renovierten «Empfangsschuppens» und verkündet von einem kleinen Balkon aus seine frohe Botschaft wie einst der Heiland persönlich. Die Religion heisst 2011 jedoch nicht mehr Demut und Beten, sondern Abfeiern und Anbeten – möglichst die neueste Thömus-Kollektion, die selbst Ladys aus der Stadt tragen, die sich sonst nur in Kreationen renommierter internationaler Modelabels hüllen. Ist es der Gruppendruck, dass selbst die Bikerinnen wie die Biker Trikots aus zwei Jahrzehnten Firmengeschichte tragen? Die Antwort ist einfacher: Es ist der Dresscode, zu dem Thömu im Vorfeld aufgerufen hatte und dem die Masse bis auf ein paar Ausnahmen willig gefolgt ist.

Schweizer stehen sonst nicht im Ruf, freiwillig selbsternannten Gurus hinterherzupilgern. Eliten begegnen sie mit Skepsis. Mit zunehmendem Druck von aussen, der politisch und wirtschaftlich auf das kleine Land



und seine Einwohner einwirkt, ist jedoch eine Gegenbewegung entstanden. Man schämt sich nicht mehr für seine Nationalität, die von Miesepetern gerne auch mit geistiger Kleinräumigkeit assoziiert wird. Oft im Unwissen, dass der Alpenstaat mit rund einem Viertel Ausländeranteil die mit Abstand multikulturellste Wohnbevölkerung des Kontinents, wenn nicht sogar auf dem gesamten Globus aufweist. Gerade deshalb besinnt man sich wieder gerne seiner Wurzeln und Heimat und zeigt das auch offen und ungeniert.

Es ist kein Zufall, dass die Thömus-Party nur zwei Tage nach dem Nationalfeiertag stattfand. Thömus bewirtschaftet dieses heimatverbundene Wir-Gefühl in der Branche mit Abstand am professionellsten. Was akademisch klingt, ist als Idee aber nicht hors-sol in einem Werbebüro entstanden. Und das macht vermutlich das echte Geheimnis des Erfolgs aus – neben zeitgemässen Produkten, die die Mitstreiter jedoch auch im Sortiment führen. Die Familie Binggeli ist durch und durch authentisch und wirkt bis heute nicht abgehoben. Die Geschichte, dass Firmengründer Thomas Binggeli als 17-jähriger Teenager vor 20 Jahren die Tiere aus dem Stall des Vaters verkauft hat, um Platz für sein Velogeschäft auf dem elterlichen Bauernhof zu bekommen, ist deshalb so genial, weil sie eben nur das echte Leben so schreiben kann. Alle Binggelis haben sich bis heute diese Authentizität bewahrt und verkörpern sie zuweilen bis zum Exzess. Der Chef geht stets voran und lässt sich nicht lumpen; sei's auf dem Bike, im Business oder beim Feiern. Das spüren auch die Kunden, die sich ganz offensichtlich aufgehoben fühlen. Sonst würden sie wohl kaum zu Hunderten für ein Firmenjubiläum anreisen, das bei wechselhafter Witterung draussen stattfindet. Das lamentable Wetter vermochte den Erlebnisfaktor sogar noch zu steigern, was allerdings mehr mit der perfekten Organisation zu tun hatte.

Das begann bereits bei der Zuteilung der Gruppen, die einer Startnummernausgabe gleich. Jeder Kunde sollte sich gemäss seinem Leistungsniveau aufgehoben fühlen. In acht Leistungslevels aufgeteilt, machten sich die Gruppen schliesslich auf ihre Runden. Die stärksten fuhren in zwei Stunden bis auf den gegenüber liegenden Berner Hausberg Gurten. Wie es sich für die «Kilometerfresser» gehört, zersplitterte die Kombo unter dem unbarmherzigen Tempodiktat der Spitzenfahrer in ihre Fragmente, die als Einzelfahrer schliesslich ausgepumpt auf dem Festgelände eintrafen. Es ging aber auch beschaulicher, nicht alle hatten es eilig. Sogar eine «Stromer»-Gruppe gehörte zur Thömus-Familie.

Nur der Chef selber kam nicht dazu, sich einer Gruppe anzuschliessen. Foto hier, Foto da – und schon war auch die Frauengruppe über alle Berge. Thömu nahm's gelassen, fuhr selber noch eine kleine Runde und begrüsst dann jeden Einzelnen seiner Gäste flankiert von Alphornbläsern bei der Rückkehr aufs Festgelände, das aussah, wie bei einem Open Air. Nur die Bühne war etwas kleiner. Vorausschauend stand bereits eine ganze Batterie Zeltäcker bereit, um Feuer und Festbesucher vor den drohenden Regengüssen zu schützen. Diese liessen denn auch nicht lange auf sich warten. Kaum hatte es eingedunkelt, schüttete es bereits wie aus Kübeln. Dank der vorausschauenden Organisation blieben die Besucher. Die gebotene Verpflegung und Unterhaltung war schlicht zu gut. Sie korrespondierte standesgemäss mit dem Thömus-Angebot: von modern bis heimatverbunden, inklusive Lagerfeuer und Feuerwerk. Ein Feuerwerk voll guter Ideen, bei dem sogar die Gäste mitsangen. Gänsehauterlebnis, das in schwierigen Zeiten dankbar angenommen wird. Mittendrin bis in die frühen Morgenstunden als Spiritus Rector: Thömu Binggeli, so, wie er lebt und lebt.

Datum: 10.09.2011

**bike** 

Ausgabe Schweiz

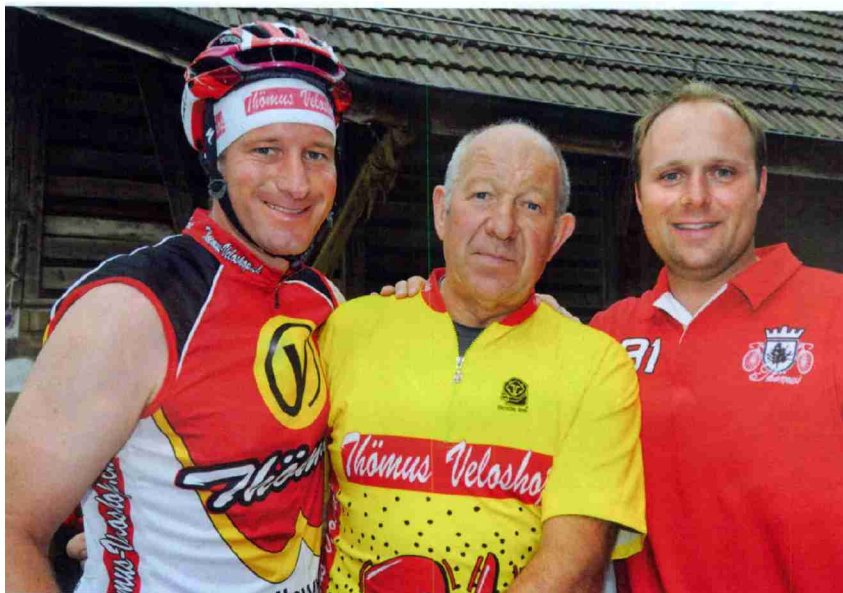
Redaktionsbüro Schweiz  
8926 Uerzlikon  
044/ 764 20 86

Medienart: Print  
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften  
Auflage: 15'000  
Erscheinungsweise: monatlich



*Thomas*  
VELOSHOP

Themen-Nr.: 650.4  
Abo-Nr.: 1077154  
Seite: 14  
Fläche: 129'263 mm<sup>2</sup>



**Oben:** Vater Binggeli flankiert von seinen Söhnen Thomas, li., und Markus.  
**Mitte:** Für jeden etwas. Sogar die Stromer-Fahrer hatten eine eigene Gruppe.  
**Oben rechts:** Thömu Binggeli führte nur die Ehrenrunde um den Bauernhof an.  
**Links:** Finnenkerzen bereit machen für die anschließende Partynacht mit Rap und Stubete – in Tracht natürlich.

**ARGUS**   
MEDIENBEOBACHTUNG

Medienbeobachtung  
Medienanalyse  
Informationsmanagement  
Sprachdienstleistungen

ARGUS der Presse AG  
Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich  
Tel. 044 388 82 00, Fax 044 388 82 01  
www.argus.ch

Argus Ref.: 43584334  
Ausschnitt Seite: 3/4

Datum: 10.09.2011

**bike** 

Ausgabe Schweiz

Redaktionsbüro Schweiz  
8926 Uerzlikon  
044/ 764 20 86

Medienart: Print  
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften  
Auflage: 15'000  
Erscheinungsweise: monatlich

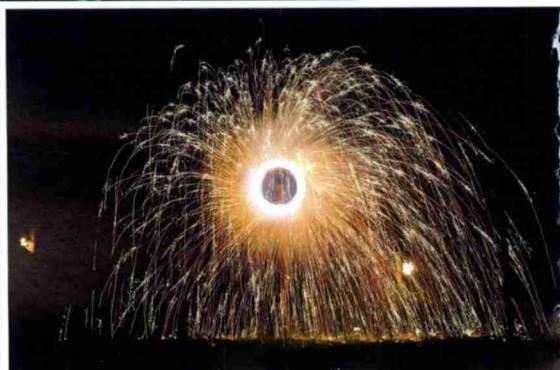


*Thomas*  
VELOSHOP

Themen-Nr.: 650.4  
Abo-Nr.: 1077154  
Seite: 14  
Fläche: 129'263 mm<sup>2</sup>



Nicht einmal sintflutartige Regenfälle konnten der Abendunterhaltung etwas anhaben – dank weitsichtiger Vorbereitung.



**ARGUS**   
MEDIENBEOBACHTUNG

Medienbeobachtung  
Medienanalyse  
Informationsmanagement  
Sprachdienstleistungen

ARGUS der Presse AG  
Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich  
Tel. 044 388 82 00, Fax 044 388 82 01  
www.argus.ch

Argus Ref.: 43584334  
Ausschnitt Seite: 4/4