



# Wenn Velos Käsefäden ziehen

**Zofingen** «Thömu» Binggeli sprach am Venture-Apéro des Instituts für Jungunternehmen (IFJ) über seinen Veloshop und sein Erfolgsgeheimnis.

«Wir verkaufen nicht nur Velos, wir liefern ein Lebensgefühl», erklärt Thomas Binggeli seinen Geschäftserfolg im eher rückgängigen Velomarkt. Wer ein «Thömu»-Bike kauft, wird Teil einer «Community», hat die Möglichkeit, an Events teilzunehmen, bekommt emotionale Bindung. So strömten letztes Wochenende Tausende Besucherinnen und Besucher in den Berner Bauern-

**«Wir verkaufen nicht nur Velos, wir liefern ein Lebensgefühl.»**  
Thomas Binggeli

weiler Oberried. Thömus Veloshop veranstaltete seinen traditionellen Rampenverkauf. Hunderte von Velos wechselten an diesem als Volksfest aufgezogenen Anlass den Besitzer, 2,8 Tonnen Raclette-Käse wurden im Festzelt abgesetzt. Ge-gründet hat Binggeli seinen Shop bereits mit 17 Jahren. 2006 ge-



Raphael Arn, Generalagent der Mobiliar-Versicherungen, im Gespräch mit Erfolgsunternehmer Thomas Binggeli. BKR

wann der heute 36-Jährige mit seiner Unternehmensidee den Swiss Economic Award.

Im Hochpreisland Schweiz Velos produzieren, statt diese in Asien mit günstigeren Löhnen fixfertig montieren zu lassen? «Wir verstehen uns als Systemintegratoren.» Den «Stromer», Binggelis Elektrobike mit einem in den Rahmen integrierten Akku, hat er zusammen

mit den Lieferanten der Einzelkomponenten entwickelt. «Wir funktionieren wie Apple. Der Computerkonzern produziert seine iPhones auch nicht in der eigenen Fabrik.» Ein anderer Vergleich, der Binggeli in seinem launigen Referat zu seinem Konzept einfällt, ist jener der Modekette, die eine Kleiderlinie kreiert, fertigen lässt und in Shops der eigenen Marke vertreibt. (BKR)