

# Leidenschaft fürs Rad

Schweinfurt zählt zu den Keimzellen der deutschen Fahrradindustrie. Was vor allem an einer passionierten Gründerfamilie liegt. Hier entstand auch Deutsche Dienstrad, die wir besuchten.



Fotos: DD Deutsche Dienstrad GmbH, Rocco Swantusch (3), R RAYMON Bicycles GmbH

**Christina Puello ist nicht nur Frontrunnerin, sondern ist auch mächtig stolz auf das Team in Schweinfurt.**

**Familie, Marken, Werte** – das alles spielt eine zentrale Rolle bei Deutsche Dienstrad. Die Werte übernimmt man in der Regel von seinen Eltern. Christina Puello hat zusätzlich die Liebe fürs Fahrrad und das Produzieren früh vermittelt bekommen.

Nach der Wende kaufte ihr Großvater Fahrradwerke in der ehemaligen DDR auf, so dass Christina in Chemnitz in den Kindergarten ging. Verwurzelt ist die Tausendsasserin dennoch in Schweinfurt. Hier gründete ihr Ur-Urgroßvater 1921 die erste eigene Fahrradfabrik. Es kamen Marken wie Winora (1956) und Staiger (1988) dazu. 1997 gründete Christinas Mutter, Susanne Puello, zusammen

mit ihrem Mann Felix Raymundo die Marke Haibike. In der Corona-Zeit (2020) entstand Deutsche Dienstrad, diesmal als Gründung von Christina Puello und Maximilian Diem.

Eine der Markengründungen, die wieder zurück nach Franken gekommen ist, heißt Raymon und geht abermals auf Christinas Eltern zurück. Beim Besuch in der neuen Schweinfurter Zentrale fällt nicht nur der gut sortierte Mitarbeiterparkplatz (Pkw) auf, sondern auch die heimisch-wohligen Duschräume. Was zeigt, dass hier jede Art von Mobilität gefördert wird und dass es nicht ausschließlich Fahrrad oder Auto heißen muss. Aber beginnen wir von vorn.

**Frau Puello, wie würden Sie sich selbst beschreiben? Als Fahrradfan, als Unternehmerin?**

**Christina Puello:** Ich bin zwar ‚die auf dem Fahrrad‘, aber ich mache auch manche Dinge ganz bewusst anders, als es manche Wettbewerber, teilweise die Fahrradlobby oder die Fahrradindustrie generell tun. Ich denke über die Mobilität nach – nicht allein über das Fahrrad. Und dabei ist übrigens das Auto kein Gegensatz, sondern der Deutschen Stolz und ein unerlässlicher Wirtschaftsfaktor für alle im Land. Auch für uns.

**Sie engagieren sich unter anderem als Präsidentin des Verbands deut-**



Christinas Mutter, Susanne, hat neuen Marken gegründet und zurückgeholt.

**scher Unternehmerinnen aktiv für den deutschen Mittelstand. Wie sollte dieser sich aufstellen, um gut durch die herausfordernden Zeiten zu kommen?**

**C. Puello:** Auf unsere Branche heruntergebrochen würde ich empfehlen, Mobilität endlich vom Konsumenten aus zu denken. Sie fliegen, ich fliege, wir fahren Auto, wir fahren Fahrrad, wir gehen zu Fuß. Mobilität ist vielschichtig und die meisten Kunden wollen einfach die effizienteste, nachhaltigste und kostengünstigste Variante, um von A nach B zu kommen. Diese Offenheit gegenüber anderen Verkehrsoptionen leben wir deshalb auch mit Deutsche Dienstrad vor.

**Mit Deutsche Dienstrad sind sie 2020 selbst gestartet, auch mit persönlichem Risiko einer Unternehmerin. Was unterscheidet ihr Fahrradleasing-Modell von anderen?**

**C. Puello:** Das Fahrrad löst bei vielen Menschen eine Menge Emotionen aus. Das beginnt bei den Manufakturen, geht über den Handel und setzt sich bis zu den Fahrradfahrern fort. Wir haben uns als Deutsche Dienstrad vor fünf Jahren aufgemacht, den Fahrradfachhandel mit zu digitalisieren. Und das ist bis heute einer unserer stärksten USPs.

**Wie sieht das konkret aus?**

**C. Puello:** Mit unserem Mobility Hub und unserem Bike Shop haben wir das erste Mal den Fahrradhändlern ein digitales Verkaufsschau

fenster eingerichtet. Wir bilden die Schnittstellen zu deren ERP- und Warenwirtschaftssystemen und bringen dieses digitale Verkaufsschau

**Digitale Prozesse bieten andere Fahrradleasingunternehmen auch. Was macht ihr anders?**

**C. Puello:** Ich würde sagen, das Besondere bei uns ist ein Stück weit in der Tradition zu finden. Meine Familie steht seit 100 Jahren für Fahrräder. Wir haben in der Zeit mehr als 12.000 Fahrradhändler in 40 Ländern bedient. Wir wissen, dass viele Händler mehr Tekkies als Digitalgötter sind, und helfen, diese Prozesse kundengerecht umzusetzen. Das hilft allen in der Branche.

**Wie sieht aktuell die Lage in der Fahrradbranche aus?**

**C. Puello:** Es gibt viele Händler, die sich momentan schwertun. Auf der einen Seite gibt es Überbestände, auf der anderen Seite eine Konsumschwäche, was Abbild von drei Jahren Rezessionswirtschaft ist. Das Dienstradleasing ist eigentlich der letzte Vertriebsmotor, der vielerorts das Überleben sichert.

**Auch Neulinge brauchen einen Boost. Gab es einen Kunden, mit dem auf einmal Deutsche Dienstrad richtig in Schwung gekommen ist?**

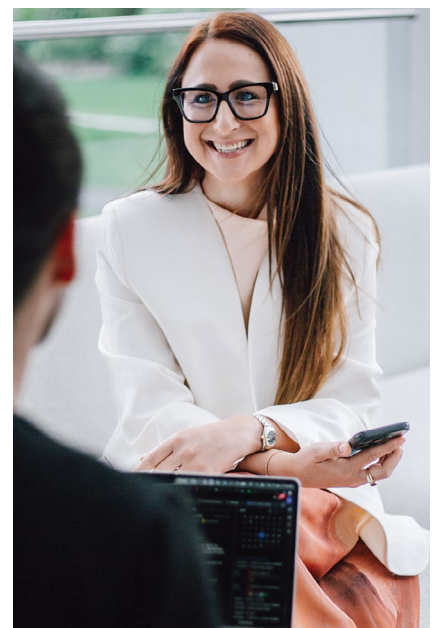
**C. Puello:** Wir sind in der Corona-Zeit gestartet, das war natürlich so nicht geplant. Aber als wir das Bundesland Bayern mit seinen 688.000 öffentlichen Angestellten als Kunden gewinnen konnten, waren auch die Händler bereit, sich auf einen weiteren Fahrradverleaser einzulassen. Da wir zeigen konnten, wie einfach das Onboarding mit unseren digitalen Prozessen ging, haben wir in der Zeit nicht nur viele Kunden, sondern auch viele Händler für uns gewonnen.

**Apropos Händler. Ist man mit gut 6.000 Fahrradhändlern, die Deutsche Dienstrad als Partner angebunden hat, deutschlandweit präsent?**

**C. Puello:** Das sind wir, denn es sind alles reine Fahrradhändler, die qualifiziert beraten, verkaufen und den Service abwickeln.

**Nun braucht nicht jeder in einer Firma ein eigenes Dienstrad. Wie hoch schätzen Sie die Rate an aktiven Nutzern in den Firmen?**

**C. Puello:** Je stärker eine Firma aktiv für ein Dienstrad wirbt, mit Bikedays,



Christina ist ein Vollprofi, auch in der Verbands- und Medienarbeit.

mit Medien, mit Kommunikation, desto stärker wird die Durchdringung. Das hat natürlich seine Grenzen, aber mit zehn bis zwanzig Prozent Durchdringung kann man sicher rechnen. Dafür braucht es aber auch Vorbilder in den Unternehmen, die zeigen, wie einfach das System ist. Am effektivsten ist es, wenn die Firmenspitze selbst aufs Dienstrad steigt.

**Mit dem Anwachsen des Kundestammes nehmen auch die Fragestellungen zu. Hilft hier KI schon weiter?**

**C. Puello:** Ich weiß natürlich, wie ein Chatbot funktioniert, aber will ich wirklich, wenn ich ein Problem mit meinem Fahrrad habe, mit einem Chatbot kommunizieren? Nein. Deshalb gibt es nach wie vor unsere Kollegen im Callcenter, die sich melden mit: ‚Hallo, herzlich willkommen bei Deutsche Dienstrad. Wie kann ich Ihnen helfen?‘ Und das bitte nicht automatisiert.

**Digitalisierung hat also auch Grenzen. Kommen wir nochmal zurück zum Anfang. Woher kam ihr Mut, ein völlig neues Geschäft aufzuziehen?**

**C. Puello:** Es ging, damals vor fünf Jahren, nur in der Konstellation, wie wir es letztendlich auch gemacht haben. Mein Geschäftspartner Maximilian Diem kommt aus der Beratung



**Begeistert, engagiert, optimistisch: Diese Kombi braucht es 2026 überall.**



**Nachhaltige Beziehungen zu den Partnern und Kunden sind das A und O.**

für die Digitalisierung von Banken und Versicherern. Ich komme vom Fahrradhandel und dann haben wir auf einem weißen Blatt Papier losgelegt. Die Zielstellung war damals, einen komplett papierlosen Prozess für alle Beteiligten zu ermöglichen. Da wir um die Komplexität wussten, haben wir bewusst das Team mit absoluten Fachkräften zusammengestellt.

**Der Erfolg war dann, wie Sie erwähnt haben, nach der gewonnenen Ausschreibung für die bayerischen Beamten und Angestellten auch spürbar.**

**C. Puello:** Mit der Referenz haben wir weitere tolle Partner gewinnen können wie Siemens, Fressnapf, Baby One oder MTU. Der Antrieb dabei ist die Freude, zu sehen, dass wir immer mehr Menschen für Radmobilität begeistern können. Gleichzeitig wird damit unsere Stimme lauter, wenn wir aktiv dafür eintreten, die Mobilität mitzugestalten.

**Unter den Punkt ‚Mitgestalten der Mobilität‘ fällt vermutlich auch die Kooperation mit der Deutschen Bahn-Tochter Bonvoyoy?**

**C. Puello:** Das ist richtig. Sobald ich selbst ein digitales Geschäft betreibe, kann ich Partner sehr leicht einbinden. In dem Fall sind wir Teil des Mobilitätsbudgets, das Nutzer über Bonvoyoy verwalten können. Über unsere DD Mobility Holding entwickeln wir die Produkte und Partnerschaften weiter. Denn ich kann nicht auf mei-

nem Stuhl sitzen und sagen: Es bleibt für immer so, wie es ist.

**Da kommen wir zu ihrem politischen Engagement zurück. Was sagen Ihnen die anderen Mittelständler, was fordern diese?**

**C. Puello:** Wirtschaftspolitisch steht es in Deutschland fünf vor zwölf. Es wird zwar viel etwa über Digitalisierung gesprochen, aber der Mittelstand selbst wird dabei oft überhört. Dabei muss ich meinen Laden kennen, um zu wissen, wie das Neue bei mir richtig Fuß fassen kann. Dafür setze ich mich auch lautstark ein. Dabei stehe ich immer für Mut und Optimismus.

**Teilen Sie diesen gern mit unseren Lesern. Was macht Ihnen aktuell Mut?**

**C. Puello:** Wir haben in Deutschland unfassbar viele Aushängeschilder, etwa die gut 25 Unicorns. Damit haben wir die größte Unicorn-Dichte in Europa.

**Ein sehr erfolgreiches Start-up entstand ja auch hier in Schweinfurt.**

**C. Puello:** Wir haben gegründet im Jahr 2020 und sind direkt gnadenlos in den Lockdown gegangen. Wir hatten einen Kredit aufgenommen und wussten nicht, was nun passieren wird. Daraus wurde eine Erfolgsgeschichte, die wiederum zeigt, was man am Standort Deutschland alles noch bewegen kann.

**Braucht es am Standort Deutschland einen so sperrigen Namen wie**

### „Deutsche Dienstrad“, um erfolgreich zu werden?

**C. Puello:** Eigentlich schon, denn wir wollten von Anfang an als vertrauenswürdiger Technologieführer mit digitalem Know-how wahrgenommen werden.

### Das klingt nach viel Selbstvertrauen direkt vom Start weg.

**C. Puello:** Ich gehöre zu jenen, die sagen: Wir sind Unternehmer und keine Unterlasser. Ich liebe das, was ich tue. Sei es die Deutsche Dienstrad oder die Verbandsarbeit als Präsidentin des Verbands der Unternehmerinnen. Es gibt natürlich immer wieder Gegenwind, aber ich habe mir das Gute im Herzen bewahrt und bin immer positiv und konstruktiv. Deshalb bin ich auch wahnsinnig stolz auf unser Team hier in Schweinfurt.

### Und nun – und da schließt sich der Kreis – gibt es wieder eine eigene Fahrradmarke aus der Familie. Wie kam es dazu?

**C. Puello:** Wir sind per se mit jeder Marke glücklich, aber wenn es eine



Der moderne Neubau in Schweinfurt gibt Platz und bietet Expansionsflächen.

eigene Hausmarke gibt, dann ist das natürlich immer etwas Besonderes. 2020 hatten sich meine Eltern entschlossen, die Familienmehrheitsanteile in der Pierer Mobility Holding zu konsolidieren. Im Oktober 2023 entschloss man sich, die Fahrradsparten wieder abzugeben, und boten meinen Eltern die aus dem Namen meines Stiefvaters stammende Marke Raymon erneut an. Manche Chancen lassen sich einfach nicht auf später verschieben und somit war meine Mutter, Susanne Puello, mit ihrem

Mann Felix Raymundo wieder Unternehmer, statt in Rente zu gehen.

### Wie macht sich Raymon?

**C. Puello:** Das Geschäft entwickelt sich gut. Wir produzieren hier in Schweinfurt. Die Rahmen kommen aus Taiwan sowie Vietnam und werden in Bulgarien montiert. Unsere Hauptmärkte für Raymon sind neben Deutschland fast alle Länder innerhalb der EU und in Kürze auch Lateinamerika. Es gibt sie also noch, die Chancen für Produkte aus Deutschland auf dem Weltmarkt.

### Was treibt Sie persönlich an, so viel Engagement für Ihr Unternehmen, für den Mittelstand, für Frauen in der Wirtschaft an den Tag zu legen?

**C. Puello:** Ich stamme aus einer sehr leistungsorientierten Familie. Was mich darüber hinaus antreibt, ist der Wille, etwas zurückgeben zu wollen und etwas zu hinterlassen. Aktuell nehme ich eine überpopulistische Streitmentalität wahr, die viele an den Tag legen und dabei jede Aussage medial zerpfücken. Das mitzubekommen und selbst auszuhalten, hat mein eigentlich schon dickes Fell noch dicker werden lassen und hat mir sogar noch mehr Motivation gegeben. Ich möchte weiterhin ein Stück weit die Zukunft für die kommenden Generationen mitgestalten. Ich kann nicht ohne Haltung, ohne eine eigene Meinung und vor allem nicht ohne eigene Stimme agieren.



Die eigene Fahrradmarke, wie hier Raymon, ist das Salz in der Suppe.

Herzlichen Dank, Frau Puello, für das Gespräch.