

MAGAZIN 2017

**STARKER
PARTNER.**

**STARKE
LÖSUNGEN.**

EDITORIAL

LIEBE LESERINNEN UND LIEBE LESER,

was haben Fahrräder, Rasenmäher und Brillen mit der CRONBANK zu tun? Auf den ersten Blick zunächst nichts. Bei genauerem Durchblättern dieses Magazins aber sehr wohl eine ganze Menge. Denn hinter jedem dieser Produkte steht ein mittelständisches Unternehmen mit Leidenschaft und Engagement. Unternehmen, die die CRONBANK in ihrem täglichen Geschäft unterstützt. Mit attraktiven Finanzierungskonditionen und cleveren Konzepten – von der Existenzgründung bis hin zur Vorsorge. Denn was bis vor einigen Jahren nur Handelspartnern der MHK Group vorbehalten war, steht jetzt auch vielen anderen mittelständischen Unternehmen in der deutschen Kooperationszene offen: das breite Finanz-Portfolio der CRONBANK – individuell angepasst an die verschiedenen Branchen ihrer Kunden.

Der Vorstand



Wolfgang Becker



Frank Bermbach

Mit rund 4.000 mittelständischen Unternehmen und über 55.000 Firmen- und Privatkunden aus unterschiedlichen Handelssegmenten wie Möbel, Optik, Bad und Sanitär haben wir uns als die Branchenbank für den Mittelstand profiliert. Wir kennen den Bedarf und haben die passenden Lösungen. Weil unsere Wurzeln genau dort liegen, wo wir heute agieren: im Verbund. Wir sind Dienstleister, Spezialist und Partner zugleich. Wie das konkret aussieht? Bitte blättern Sie um.

Inhalt

06 Für jeden etwas

Vorteil Verbundgruppe: Branchenlösungen für den Mittelstand – Ihre Bank vom Fach

08 Großeinkauf gestemmt

Radhaus GmbH | Ingolstadt:

„Mit der flexiblen Zwischenfinanzierung der Saisonware rollt das Geschäft.“



14 Immobilie finanziert

Impulsbad | Leipzig:

„1.200 m² Ausstellungsfläche – mit der CRONBANK ganz schnell in trockenen Tüchern.“



20 Kunden überzeugt

Julmi GmbH | Porta Westfalica:

„Gartengeräte finanzieren – damit hat die CRONBANK ein grünes Händchen bewiesen.“



26 Fördermittel genutzt

Küchen Walther | Bad Vilbel:

„Ohne die CRONBANK hätten die wichtigsten Zutaten im Finanzierungstopf gefehlt.“



32 Professionell unterstützt

Möbel Vogler | Hohndorf:

„Zum entscheidenden Zeitpunkt geholfen – diese Bank passt in keine herkömmliche Schublade.“



38 Fair verhandelt

Augenoptiker Hurlin | Nauheim:

„Klartext statt rosa Brille – das schätze ich ganz besonders an der CRONBANK.“



44 Die Bank der Verbundgruppen

Vorausdenkend und flexibel

46 Dienstleister. Spezialist. Partner.

Die CRONBANK aus der Perspektive der anderen

MASS- GESCHNEI- DERT

SO GEHT VIELFALT

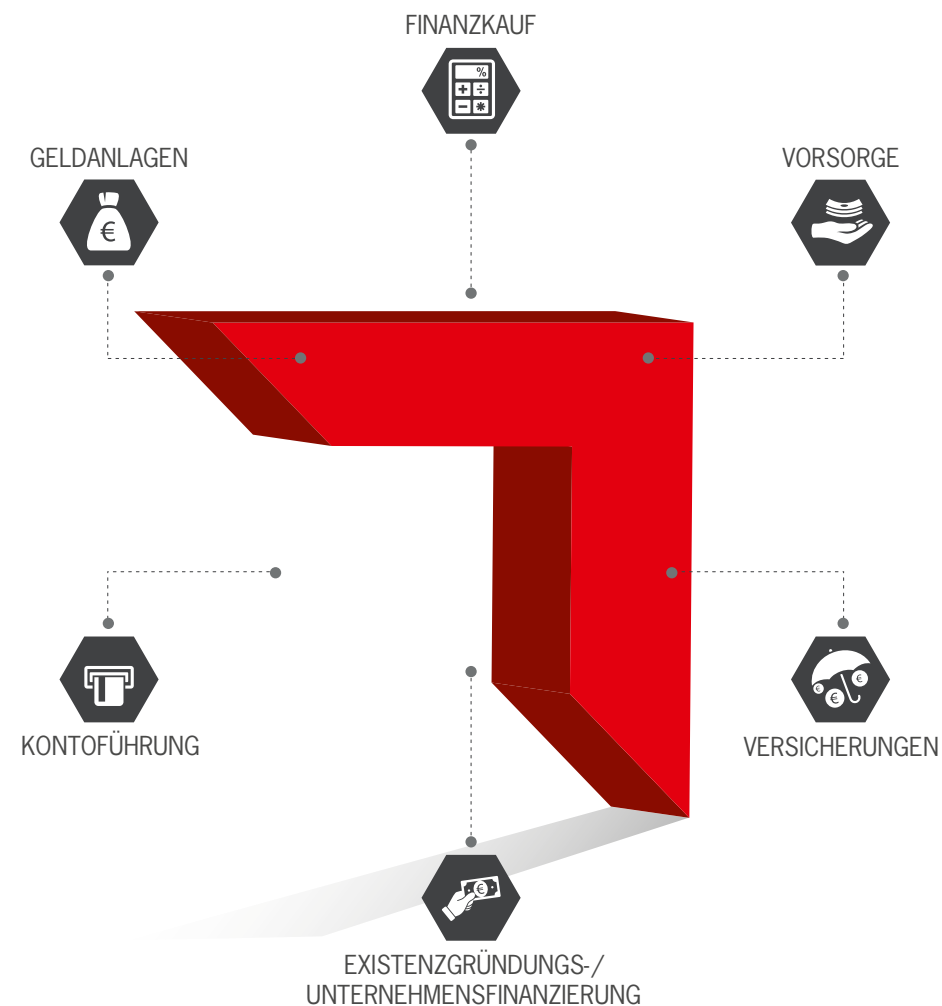
Als moderne Direktbank hat sich die CRONBANK als ideale Ergänzung der Hausbank vieler Unternehmer entwickelt. Rund 4.000 Handelspartner sowie über 55.000 Firmen- und Privatkunden sind eine Bilanz, auf die die „Branchenbank“ stolz ist.

MEHR ALS NUR FINANZIERUNG

Von der Existenzgründung bis hin zur Multi-Risk-Police speziell für Betriebe: Die Leistungen der CRONBANK reichen heute weit über herkömmliche Finanzierungen hinaus. Das Portfolio umfasst:

Mit maßgeschneiderten Konzepten und einer Beratungsleistung auf Augenhöhe begleitet die CRONBANK ihre Geschäftspartner auf dem Weg zum Erfolg. Solidarisch, fair, partnerschaftlich und persönlich. Wie das im echten Leben aussieht, berichten beispielhaft sechs der zahlreichen Geschäftspartner:

- » **RADHAUS GMBH** zum Thema „Unternehmensfinanzierung“
- » **IMPULSBAD GMBH & CO. KG** zum Thema „Unternehmensfinanzierung“
- » **WERNER JULMI GMBH** zum Thema „Finanzkauf“
- » **KÜCHEN WALTHER GMBH** zum Thema „Unternehmensfinanzierung/Finanzkauf“
- » **MÖBEL VOGLER KG** zum Thema „Assekuranz-Service“
- » **HURLIN GMBH & CO. KG** zum Thema „Unternehmensfinanzierung“



RADHAUS GMBH
INGOLSTADT



FIRMENGRÜNDUNG

1982

MITARBEITER

80 

MEHR ALS

6.000 
Fahrräder

AUSSTELLUNGS-
FLÄCHE

7.000 m²

4

FAHRRAD-
TESTSTRECKEN



FRITZ REISCHL
GESCHÄFTSFÜHRER



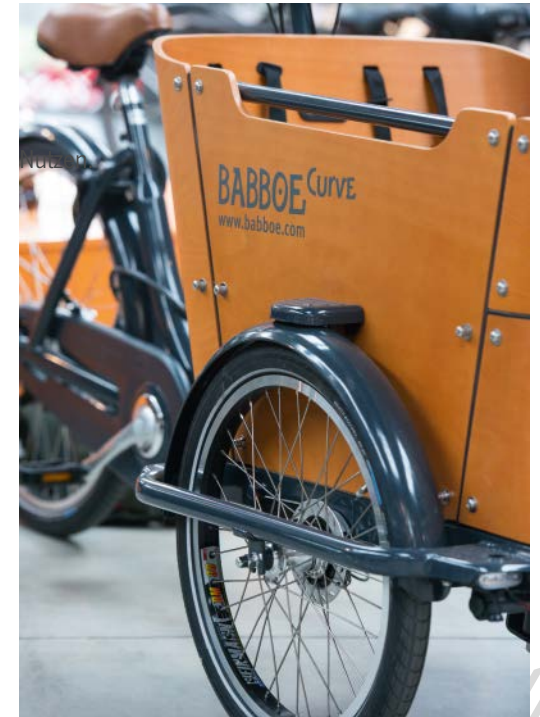
5,2 Mrd. €

UMSATZ DURCH
FAHRRADVERKÄUFE
IN DEUTSCHLAND

FAHRRÄDER SIND MEINE PASSION

Es herrscht reges Treiben im Ingolstädter RADHAUS. Dabei ist noch nicht einmal Mittag. Der Postbote bringt eine Lieferung, ein Kunde stimmt mit einem Werkstattmitarbeiter einen Termin ab, ein zweiter holt sein Fahrrad ab. Nur wenige Schritte entfernt führt eine Mitarbeiterin lachend ein Telefongespräch mit einem Lieferanten. Da radelt plötzlich ein älterer Herr durch den Laden, vorbei an einem Kind, das sich mit seiner Mutter einem rosa Puky widmet. Am anderen Ende lässt sich eine Kundin die Vorteile der neuen E-Bikes erklären ... Trotz des Betriebs herrscht in dem Fahrradfachgeschäft eine entspannte Stimmung. Inhaber und Herr über mehr als 6.000 Räder ist Fritz Reischl. Der 57-Jährige liebt seine Arbeit. Kein Wunder. Denn Fahrrad fahren ist sein Hobby.

Seine Wurzeln hat das RADHAUS in einem Freizeitmarkt, den Fritz Reischl 1982 gemeinsam mit einem Partner in der Münchener Straße eröffnete. Surfbretter fand man hier ebenso wie Angelbedarf, Tischtenniszubehör – und eben Fahrräder. Auf sie spezialisierte sich der ambitionierte Bastler schließlich, als der Platz in den Räumen des Freizeitmarktes zu klein wurde und Ende der 1990er etwas Neues hermusste. Der heutige Standort an der Südlichen Ringstraße zwischen der Autobahn-Abfahrt Ingolstadt Süd und der Altstadt war wie geschaffen. Nach zehn Monaten war der Neubau vis-à-vis der Saturn-Arena fertig, alle Arbeiten abgeschlossen. Das neue RADHAUS konnte eröffnen. Auf 7.000 m² und zwei Ebenen finden Zweiradfreunde alles, was das Herz begehrt. Schon das Betreten des RADHAUSes ist einzigartig. Überwältigend. Denn hinter der Tür erwartet den Kunden ein Allround-Geschäft. Ein Fachgeschäft für Damen- und Herrenräder, für Trekkingräder und E-Bikes, für Renn- und Crossräder, für Kinder- und Jugendräder, für BMX – für jeden speziellen



Nutzen. „Es kommt immer darauf an, was man mit seinem Fahrrad machen will. Ein Mountainbike ist anderen Belastungen ausgesetzt als ein City-Bike“, weiß der Fachmann, der selbst über zehn Fahrräder sein Eigen nennt. Erschöpft ist der Aha-Effekt damit aber noch lange nicht. Denn komplettiert wird das Zweirad-Fachgeschäft durch eine eigene Werkstatt mit einem 20-köpfigen Montage- und Serviceteam, einer riesigen Auswahl an Zubehör und – ganz ungewöhnlich – durch vier Teststrecken, die sich durch die Ausstellung und das Außengelände ziehen. Die „Katze im Sack“ kauft hier kein Kunde, denn ohne fachkundige Beratung durch einen der 40 Berater und eine Probefahrt geht im RADHAUS kein Fahrrad über den Ladentisch.

facts

In den letzten 30 Jahren erlebte die Fahrradbranche eine beeindruckende Entwicklung. So dominierten Mountainbikes in den 1980er-Jahren das Bild und mit ihnen der eher sportliche Charakter des Radfahrens. Das änderte sich in den letzten Jahren. Das E-Bike eroberte den Markt und weckte vor allem bei Menschen, die nicht aus Fitnessgründen aufs Rad steigen, die Liebe am Radeln.

Neuester Trend:

In der Pedelecfamilie verhilft die E-Bike-Technik dem 80er-Jahre-Liebling zu einem Revival und stellt den Fahrradmarkt auf den Kopf – aus dem Mountainbike wird das E-Mountainbike. Neben der Fitness rückt vor allem der Spaßfaktor in den Fokus.



Mit seinem RADHAUS ist der ehemals gelernte technische Zeichner seit über 30 Jahren eine feste Größe und weit über die Stadtgrenzen Ingolstadts hinaus bekannt. So manche Innovation im Radmarkt hat er gesehen. Aktuell im Trend liegen E-Bikes. Dank eines kleinen elektrischen Motors wird mit ihnen das Radfahren auch in bergigen Regionen zum mühelosen Spaß. Und die Nachfrage steigt. „Wer Trends anbieten will, braucht ein gut und breit aufgestelltes Sortiment“, erklärt Fritz Reischl. „Jetzt zum Saisonstart warten im Lager rund 6.000 Fahrräder auf einen neuen Besitzer. Warenwert: rund 3 Mio. Euro.“ Früher wurde die Investitionssumme über die Hausbank abgedeckt.

„Auf einer Regionaltagung unseres Verbandes im letzten Herbst kam ich mit einem Berater der CRONBANK ins Gespräch“, erinnert sich das Bike&Co-Gründungsmitglied. „Ich erzählte unter anderem vom anstehenden Großeinkauf, woraufhin ich die Antwort erhielt: Warum machen wir das nicht zusammen?“ Gesagt. Getan. Die Gespräche liefen auf Augenhöhe, die Konditionen waren sehr gut, die Abwicklung schnell und die Zusammenarbeit unkompliziert. In dieser Zwischenfinanzierung der neuen Saisonware als individuell zugeschnittene Sonderform der Unternehmensfinanzierung zeigt sich auch die Flexibilität der CRONBANK als Bank der Verbundgruppen. „So stell' ich mir eine gute Bank vor. Das hat einfach Spaß gemacht!“, bringt es Fritz Reischl auf den Punkt, der im Spaß-Produkt Fahrrad seine Passion gefunden hat und sich auch heute noch nach unzähligen Modellvarianten über ein schönes Zweirad freut. Eine Begeisterung, mit der er sein Team, seine Kunden und Geschäftspartner anzustecken weiß.



BIKE&CO

Unter dem Motto „Aus Liebe zum Rad“ unterstützt der erfolgreiche Händlerverband seine Mitglieder als Full-Service-Dienstleister in allen Bereichen, die für die Führung eines erfolgreichen und nachhaltig aufgestellten Fachbetriebes notwendig sind. Als Partner der Herstellerindustrie bietet Bike&Co seinen Händlern ein breites Portfolio starker Herstellermarken mit Konditionsvorteil. Das insgesamt 11.000 m² große, zentrale Logistikzentrum garantiert zudem eine zuverlässige und schnelle Direktversorgung mit Fahrrädern, Teilen und Zubehör.

- 1992 gegründet
- Full-Service-Dienstleister
- Rund 700 Fachhändler
- Zentrales Logistikzentrum mit 11.000 m²

FIRMENGRÜNDUNG

2004

MITARBEITER

16 

**Inhabergeführter
Familienbetrieb**

AUSSTELLUNGS-
FLÄCHE

1.200 m²

ARTHUR BADERKE
GESCHÄFTSFÜHRER

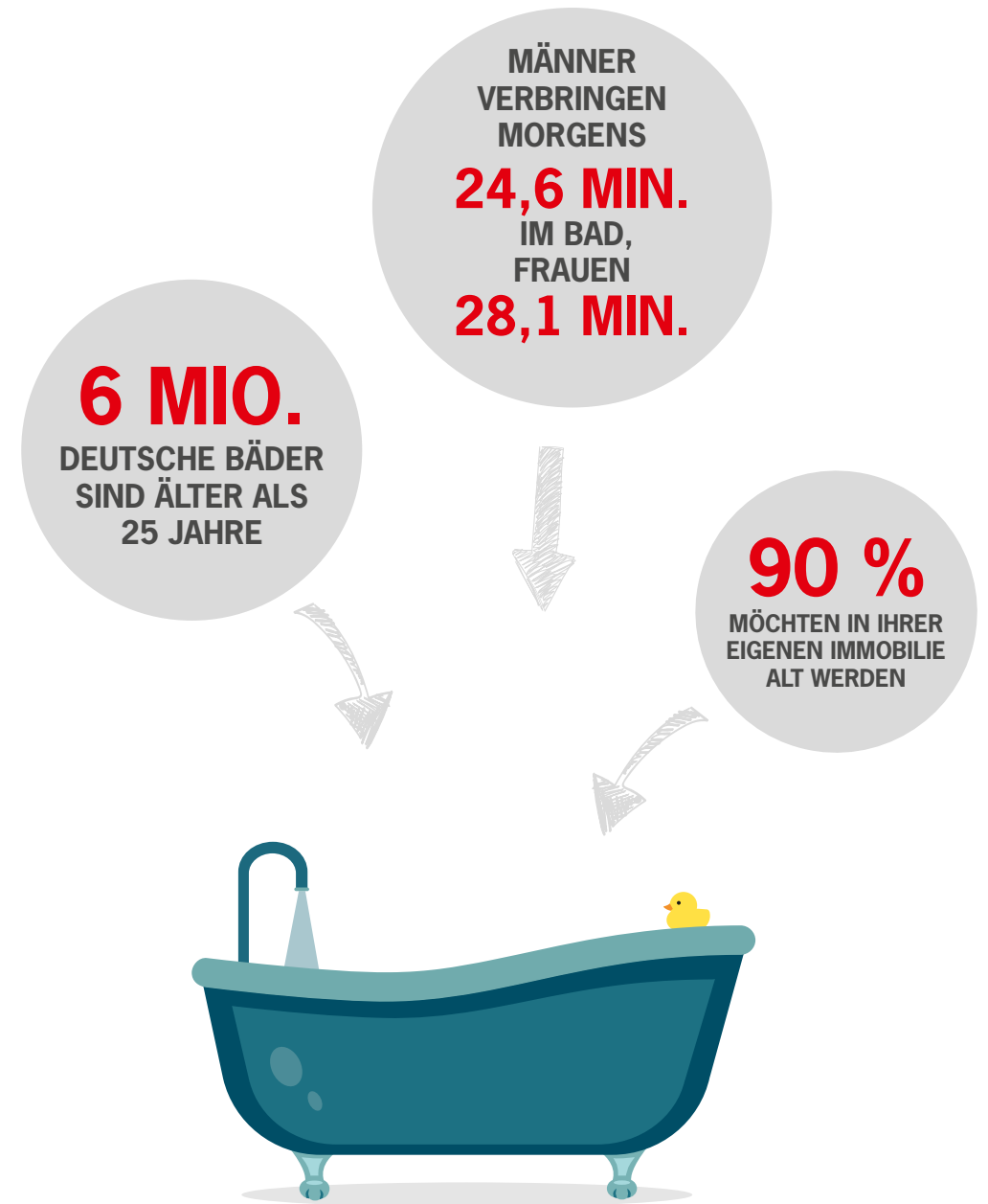
IMPULSBAD
LEIPZIG



EIN GROSSER SCHRITT, DER ES WERT WAR

Viel Tageslicht flutet durch die Schaufensterfront und die beiden großzügigen Oberlichter – lässt Chrom blinken, Spiegel strahlen und betont den natürlichen Charakter von Hölzern, edlem Marmor und Keramik. 1200 m² ist die Badausstellung von Arthur Baderke insgesamt groß; erstreckt sich über zwei Etagen. Im Zentrum findet der Besucher eine große Auswahl an Wasserhähnen – sozusagen den Ausgangspunkt für das Wasser im Bad. Von hier aus führen verschiedene Wege in die Ausstellung sowie in die zweite Etage, die sich als Empore um den Lichthof zieht. Duschkabinen, Badewannen und Waschplätze in Fachmarktqualität und auf die verschiedenen Budgets ausgerichtet, lassen erahnen, dass das Bad mehr als eine Nasszelle ist. Es geht um Wellness, um Design und um Individualität. „Wir sind mit der zweiten Umbauphase noch nicht ganz fertig. Aktuell werden mehr als 100 Badkojen aufgestellt“, erzählt Arthur Baderke und weist auf eine Trennwand am Ende des großzügigen Lichthofes.

Er ist gelernter Autolackierer. Nebenbei beschäftigte er sich mit dem Thema Erdwärme. So stieß er vor 15 Jahren auf den Werkstoff Keramik, den er später importierte. Unter anderem auch für einen Badmöbelhersteller. In dieser Zeit reifte der Gedanke, ein eigenes Badstudio zu eröffnen, der 2004 in Chemnitz Realität wurde. Schnell erarbeitete sich das Team mit seiner Beratungskompetenz und mit dem umfangreichen Wissen um die Produktion, Verarbeitung und Eigenschaften der unterschiedlichsten Materialien einen erstklassigen Ruf. „Eine Expansion gab der Raum Chemnitz nicht her“, erinnert sich der Unternehmer. „Da meine Frau und ich viel in Leipzig unterwegs waren, wir die Stadt lieben und sie nach Berlin die höchste Bautätigkeit aufweist, haben wir uns 2015 entschlossen, unseren Lebensmittelpunkt nach Leipzig zu verlegen und hier neu durchzustarten.“ Ein großer Schritt für die gesamte Familie, der es wert war.





INTERDOMUS

interdomus Haustechnik ist ein Serviceverband der MHK Group für Sanitär-, Heizungs- und Klima-Fachbetriebe sowie Fliesenfachgeschäfte. Die Gesellschafter werden mit zahlreichen attraktiven Dienstleistungen und vielen weiteren Vorteilen gestärkt.

- **Gegründet: 2010**
- **Gesellschafter: mehr als 700**
- **Zentralregulierung mit 100 % Delkredere**
- **3D-Online-Badplaner**
- **Wettbewerb „Schönstes Bad des Jahres“**

In einem hochfrequentierten Gewerbegebiet, nur dreieinhalb Kilometer von der Innenstadt entfernt, fanden sie Anfang 2016 eine entsprechende Immobilie. Lage, Größe, Kaufpreis – alles war perfekt. Jetzt galt es, schnell zu handeln. Als interdomus-Gesellschafter entschied sich Arthur Baderke, die Finanzierung des Vorhabens mit der CRONBANK zu realisieren: „Die Entscheidung war goldrichtig! Ich kenne keine andere Bank, die sich die Immobilie vor Ort angeschaut und sich im persönlichen Gespräch mit unseren Plänen und Ideen auseinandergesetzt hätte. Die CRONBANK hat aber genau das getan. Und so hat sie auch unser Vorhaben verstanden, das Potenzial erkannt und am Ende gesagt: Ja, wir machen das!“

Bereits im April 2016 konnte Arthur Baderke mit dem Umbau beginnen. Nur drei Monate später wurde eröffnet. Der Unternehmer hofft, dass sich sein Team in Leipzig ähnlich schnell einen guten Ruf erarbeiten kann wie in Chemnitz. Bis zu 32 fleißige Hände aus unterschiedlichen Gewerken sorgen dafür, dass die Kunden, die aus der Messestadt kommen, aber auch aus Erfurt und Magdeburg, perfekt beraten und die neuen Traumbäder fachgerecht montiert werden. Einer von ihnen ist Sohn Nino. „Er hat eine Lehre als Tontechniker absolviert und macht hier unter anderem im Bereich der Online-Unternehmensdarstellung einen ausgezeichneten Job“, zeigt sich der vierfache Familienvater stolz. Parallel zur Badausstellung ist impulsbad auch mit einem Onlineshop im Internet zu finden. Ans Ausruhen denkt Arthur Baderke damit aber noch lange nicht. Im letzten Jahr entstanden auf der rund 400 qm großen, als Lager genutzten Fläche weitere Ausstellungsbereiche sowie eine Handwerker-Theke. Um die Lieferkette zu schließen und seinen Kunden unabhängig von anderen Großhändlern alle Top-Marken anbieten zu können, sollen hier außerdem ein Fliesenfachmarkt für ausgesuchte Fliesen sowie ein Großhandel entstehen.

FIRMENGRÜNDUNG

1972

MITARBEITER

27 

STANDORTE


2 Häuser

AUSSTELLUNGS-
FLÄCHE

1.100 m²

ANDREAS JULMI
GESCHÄFTSFÜHRER

JULMI GMBH
PORTA WESTFALICA



**VON DER WERKSVERTRETUNG
ZUM LEISTUNGSSTARKEN
FACHHANDELSPARTNER FÜR
HAUS, HOF, GARTEN UND FORST**

Sattgrün soll er sein, dicht, mit Halmen in exakt selber Höhe. Längst ist der perfekte Rasen nicht mehr nur eine englische Tugend. Der Garten und mit ihm ein gepflegtes Grün haben in den letzten Jahren auch in Deutschland mehr und mehr an Bedeutung gewonnen. Dafür sprechen die Zahlen der GaLaBau-Branche – hier hat sich der Gesamtumsatz in den letzten zehn Jahren fast verdoppelt – ebenso wie die von Baumärkten, Gartencentern und Gartenfachhandelsbetrieben, z. B. dem von Andreas Julmi. Seit 1991 führt der 54-Jährige an der A2-Ausfahrt Porta Westfalica in zweiter Generation seinen erfolgreichen Gartenfachmarkt, dem 2016 eine Filiale im hochfrequentierten Porta-Einkaufszentrum folgte. Auf insgesamt 1100 m² finden Hobbygärtner aus dem gesamten Mindener Land alles, was das Herz für die Rasenpflege begehrt – von der Motorsense über den Elektrorasenmäher oder den Mähtraktor bis hin zum neuesten Must-have: den Mähroboter.



facts

**Gartenarbeit
mit
Köpfchen**

„Smart Gardening“ und Gartenchemie stehen bei den Verbrauchern besonders hoch im Kurs.

Im ersten Halbjahr 2016 wuchs der Umsatz um

37,2 Prozent.

Insgesamt wurden in Großbritannien, Deutschland, den Niederlanden, Frankreich und Belgien Mähroboter im Wert von 127 Millionen Euro verkauft.

Mit einem Umsatzplus von 92 Prozent (verglichen zum Vorjahr) verzeichneten die Niederlande das stärkste Wachstum, gefolgt von Deutschland mit einem Umsatzplus von

41,5 Prozent.

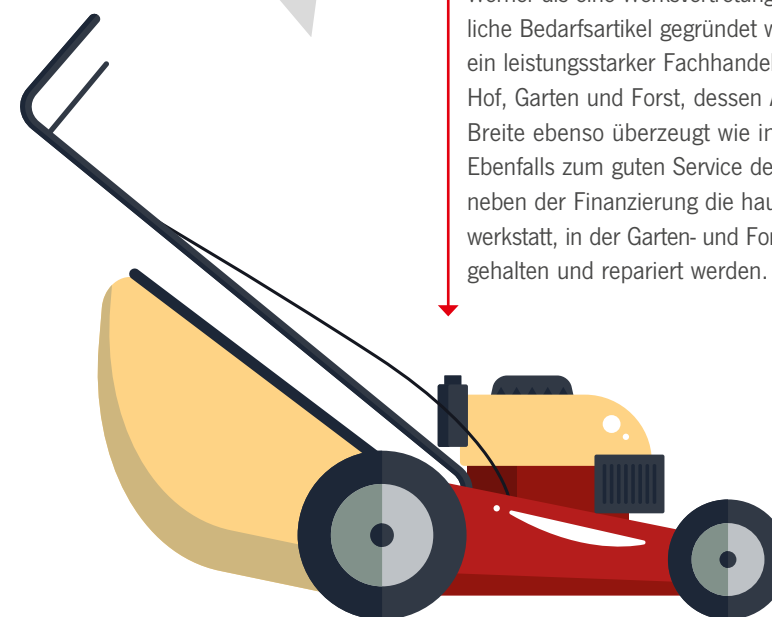
Andreas Julmi und sein 27-köpfiges Team kennen die verschiedenen Vorteile bis ins kleinste Detail und finden für jeden Kunden das richtige Arbeitsgerät. „Die Anschaffung moderner Gartentechnik ist für viele eine größere Investition“, berichtet Andreas Julmi. „Finanzierungsangebote wurden in unserer

ländlich geprägten Region aber trotzdem selten in Anspruch genommen.“ Das änderte sich, als der Gartenfachmarkt die Null-Prozent-Finanzierung der CRONBANK anbot.

„Das ist ein echtes Verkaufsargument, dem sich unsere Kunden nur selten verschließen, und für uns ist es ganz sicher auch ein Zukunftsmarkt.“ Neben den hervorragenden Konditionen schätzt der Unternehmer, der seit 2009 Mitglied der SÜMO eG ist, die unkomplizierte Zusammenarbeit mit der Bank.

„Bei Fragen oder Problemen ist immer ein Mitarbeiter ansprechbar.“ Wie wichtig eine erstklassige Beratung durch freundliches

und kompetentes Personal ist, weiß der gelernte Handelsfachwirt aus eigenen Erfahrungen, denn natürlich führt der Fachmarkt nicht nur alles rund um den gepflegten Rasen. Was 1972 von Vater Werner als eine Werksvertretung für landwirtschaftliche Bedarfsartikel gegründet wurde, ist heute ein leistungsstarker Fachhandelspartner für Haus, Hof, Garten und Forst, dessen Angebot in seiner Breite ebenso überzeugt wie in seiner Tiefe. Ebenfalls zum guten Service des Hauses gehört neben der Finanzierung die hauseigene Meisterwerkstatt, in der Garten- und Forstgeräte in Schuss gehalten und repariert werden.



JULMI IST MOTORIST DES JAHRES 2017

Die Redaktion MOTORIST ehrt seit 2015 jährlich Motorgeräte-Fachhändler, deren Betriebe einen besonders großen Schritt nach vorne gemacht haben, durch Service- oder Dienstleistungsangebote besonders erfolgreich waren oder sich durch innovative Ideen vom Wettbewerb unterscheiden konnten. Nach Platz 2 in den Jahren 2015 und 2016 schaffte die Werner Julmi GmbH 2017 den Sprung an die Spitze. Auf dem 7. Kölner Motoristenkongress, dem jährlichen Branchentreffen von Motorgeräthändlern aus ganz Deutschland, wurde sie als Sieger des Wettbewerbes „Motorist des Jahres“ ausgezeichnet. „Das war wieder einmal eine tolle Teamleistung der gesamten

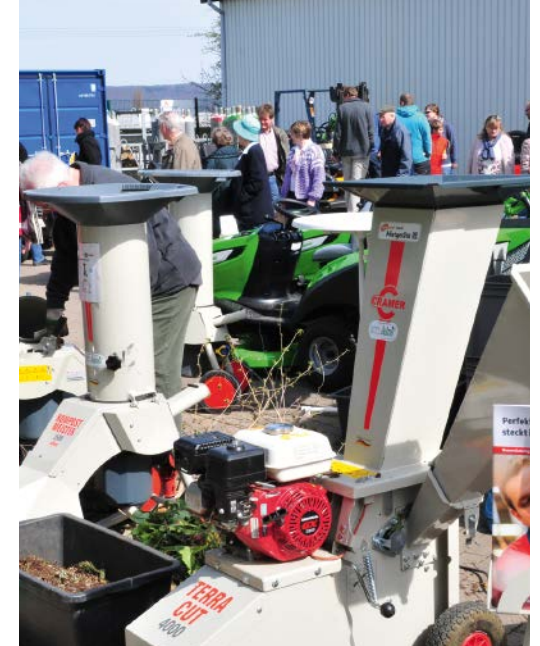
Julmi-Mannschaft“, freut sich Andreas Julmi, Geschäftsführer der Werner Julmi GmbH, über die Auszeichnung. Nach Platz 2 in den vergangenen Jahren habe es noch etwas Luft nach oben gegeben. Daher habe das Team im letzten Jahr noch einmal „etwas nachgelegt“ – ganz im Sinne der Julmi-Philosophie: Wenn du etwas gut machst, mach es in Zukunft noch etwas besser.

Die Trophäe für das gesamte Julmi-Team nahmen in Köln Maik Lorenz (Werkstattmeister), Andreas Julmi (Geschäftsführer) und Andreas Graue (Prokurist) entgegen (v.l.).



NEUE WEGE GEHEN

Mit 27 Mitarbeitern gilt die Firma Julmi schon als ein Großer der Branche. Durch ausgewählte Profimarken, die Eigenmarke „Power Edition by Julmi“ und eine klare Fokussierung auf Beratungs- und Serviceleistungen, darunter eine eigene Meisterwerkstatt und Finanzierungsangebote, ist es dem Familienbetrieb gelungen, sich erfolgreich von Wettbewerbern wie Baumärkten und Internetangeboten abzugrenzen. Neben dem Hauptgeschäft und einer weiteren Filiale mit Markenstore setzt der Fachhändler von motorisierten Gartengeräten als zusätzlichen Verkaufskanal selbst aktiv auf E-Commerce.



SÜMO

Die SÜMO eG wurde gegründet, um die Mitglieder – Spezialisten für Garten- und Forsttechnik sowie teilweise auch für Landtechnik – in ihrer Wettbewerbsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit zu stärken. Heute ist die SÜMO eG eine große erfolgreiche Gemeinschaft, die von ihren Mitgliedern zur leistungsstärksten Kooperation der Motorgerätebranche gewählt wurde.

- 1988 gegründet
- Mehr als 200 Mitglieder deutschlandweit
- Über 300 Mio. Euro Außenumsatz (2015)
 - Qualifizierte Verkäufer
 - Gut ausgestattete Werkstätten
 - Starke Herstellermarken

KÜCHEN WALTHER
BAD VILBEL



FIRMENGRÜNDUNG

2007

MITARBEITER

40 

STANDORTE

5 Häuser 

AUSSTELLUNGS-
FLÄCHE

2.850 m²

MICHAEL WALTHER
GESCHÄFTSFÜHRER

AUS ZWEI WIRD EINS –

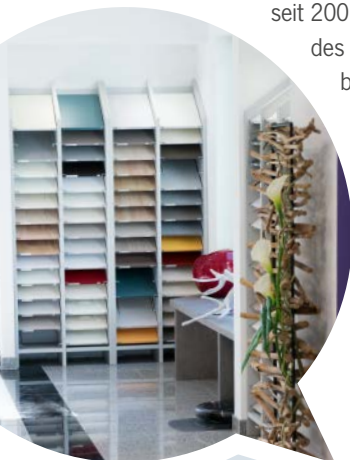
Ein Küchenfachgeschäft mit dem besonderen etwas

Vor den Toren von Bad Vilbel befindet sich Deutschlands größte Musterhausausstellung. Mit fast 80 Häusern jeder Couleur ein Mekka für Hauslebauer aus ganz Deutschland. Und der perfekte Standort für ein Küchenstudio. Doch es sind weniger die künftigen Eigenheimbesitzer selbst, die den Weg in die 850 m² große Küchenwelt finden, weiß Michael Walther. „Bei einer Bemusterung ist der Tag vollgepackt und es sind die unterschiedlichsten Entscheidungen zu treffen. Da bleibt nur selten Zeit für die Küchenplanung.“ Vielmehr sind es die Renovierer und Zweiteinrichter, die im Musterhauspark Anregungen suchen – von Maßnahmen zum Energiesparen über die Raumaufteilung bis hin zur neuen Küche. Das Musterhaus

küchen Fachgeschäft führt der 50-Jährige seit 2007. Eine glückliche Fügung des Schicksals. „Ich war früher beruflich viel unterwegs“, erzählt der gelernte Handelsfachwirt. „Als ein Bekannter das Studio hier abgeben wollte, dachte ich: Warum nicht sesshaft werden?“ Mit gerade einmal vier Ausstellungs-

küchen ging er 2007 an den Start. Heute führt Michael Walther im gesamten Rhein-Main-Gebiet fünf Küchenstudios mit 78 Ausstellungsküchen und beschäftigt 33 Mitarbeiter. Das Haus in Bad Vilbel ist zweifellos ein kleines Juwel: Die Terrasse mit Bachlauf findet man hier nämlich nicht nur am, sondern auch im Haus. Ein „Relikt“ aus den Anfängen. Denn für das Küchenstudio in seiner heutigen Form wurde 2013 das 160 m² große Küchenstudio mit einem benachbarten Musterhaus verbunden. Ein architektonischer Geniestreich. „Eigentlich brauchten wir nicht unbedingt mehr Ausstellungsfläche, sondern Büroräume und Lagerfläche. Ziel war es deshalb, die beiden Häuser mit einem Gang zu verbinden.“

Der Architekt sah das Potenzial und schuf aus dem ursprünglich geplanten Verbindungsgang eine luftige, lichtdurchflutete Ausstellungsfläche, die unter anderem den Workshopbereich beherbergt. Typische Hausmerkmale wie die Terrasse blieben erhalten und sorgen heute für ein ungewöhnliches Ambiente. Darüber hinaus entstand mit der Erweiterung Platz für eine großzügige Kochschule und einen gemütlichen Wintergarten, der mit Kamin, einer Bar und einer Küche ausgestattet den perfekten Rahmen für Events bietet.



Begleitet wurde die Unternehmenserweiterung durch die CRONBANK. „Für die CRONBANK entschieden haben wir uns, weil sie unsere Branche kennt und um die Probleme der Händler weiß“, erläutert Michael Walther. „Dieses Branchen-Knowhow spiegelte sich in den Gesprächen wieder und hat sowohl die Planung als auch die Realisierung unseres Vorhabens spürbar vereinfacht.“ Besonders beeindruckt zeigt sich der Unternehmer, für den im Tagesgeschäft mit seinen Kunden der Fullservice- und Dienstleistungsgedanke an erster Stelle stehen, von der Flexibilität und der lösungsorientierten Herangehensweise der Bank. So wurden für die Unternehmensfinanzierung unterschiedlichste Fördermöglichkeiten ausgeschöpft, unter anderem KfW-Mittel in Anspruch genommen. Als Spezialbank kennt sich die CRONBANK im Bereich der öffentlichen Förderprogramme bestens aus. Sie informiert den mittelständischen Händler gezielt über niedrige Zinsen, tilgungsfreie Zeiten zu Beginn einer Investition und lange Laufzeiten. Diese Mittel können Unternehmer selbst bei fehlenden Sicherheiten in Anspruch nehmen.

Hierfür stehen Bürgschaften der Landesbanken (Bürgschaftsbanken) oder anteilige Haftungs-freistellungen der kreditgewährenden Banken zur Verfügung.

facts Trendthema **Küchenfinanzierung**

Darf es auch etwas mehr sein? Der Küchenkauf hat sich im Laufe der Jahre vom notwendigen Muss zum kreativen Erlebnis-Shopping entwickelt. Hochwertige Modelle sind dabei keine Seltenheit mehr.

Mit dem Trend zur besonderen Küche ließ sich im Jahr 2017 eine zunehmende Finanzierungsabsicht bei Küchen und Möbeln erkennen. Der steigende Indexwert von 134 auf 141 Punkte belegt dies. Damit überholt die Branche der Deutschen liebstes Kind: Bei Neuwagen fiel der Index zeitgleich von 74 auf 55 Punkte.

Für Michael Walther beschränkt sich die Zusammenarbeit mit der CRONBANK aber nicht allein auf die Unternehmensfinanzierung. Auch im Bereich des Finanzkaufs arbeiten beide seit mehr als zehn Jahren zusammen. „Wir sind ein Fachgeschäft, bieten individuelle Planungen und ein hochwertiges Produkt an. Da werden auch Finanzierungsmöglichkeiten erwartet, ohne würden wir ganz sicher Kunden verlieren“, unterstreicht Michael Walther die Notwendigkeit. Rund ein Fünftel der Küchen werden heute ganz oder zum Teil in kleinen Raten bezahlt. Und auch hier überzeugt die CRONBANK durch kurze Wege und Entscheidungen, die im persönlichen Kontakt erfolgen, nicht anonym durch Sachbearbeiter oder standardisierte Computersysteme.

MUSTERHAUS KÜCHEN FACHGESCHÄFT

Die Marke musterhaus küchen Fachgeschäft ist eine Service- und Dienstleistungsmarke der MHK Group, ein modernes Dienstleistungsunternehmen und mit 2.766 Handelspartnern, die einen Umsatz von 5,55 Mrd. Euro repräsentieren, eine der erfolgreichsten europäischen Gemeinschaften für den mittelständischen Küchen-, Möbel- und Sanitärfachhandel.

- Gründung: 1980
- Service- und Dienstleistungsmarke
- Profitabler Dienstleister im Wettbewerb
- Deutschlandweit 600 Standorte
- Bei den Konsumenten sehr gut positioniert
- Bekanntheitsgrad: 89 %





SELBSTSTÄNDIG SEIT

1998

MITARBEITER

14 

SCHWERPUNKT

**Gesundes
Wohnen**

AUSSTELLUNGS-
FLÄCHE

650 m²

LEIDENSCHAFT, KAMPFGEIST UND EIN ZUVERLÄSSIGES NETZWERK

Mitten im Erzgebirge, zwischen Chemnitz und Marienberg, liegt Hohndorf. Der an das Zschopau-Tal grenzende Ortsteil von Großolbersdorf ist nicht nur bei Touristen beliebt, sondern auch bei all jenen in der Region, die Wert auf gesundes Wohnen und auf individuell geplante Küchen legen. Ihr Ziel: Das Möbel- und Küchenstudio von Verena Vogler. 1996 machten sich die gelernte Krankenschwester und ihr Mann Norbert mit einem Umzugs-service und Möbelreparaturen selbstständig. Zwei Jahre später fanden sie im Schwarzen Ross, einem ehemaligen Gasthaus, ihr Wohn- und Geschäftshaus. Zusätzlich zur Möbel- und Küchenausstellung entstand eine Möbelfertigung, die das Leistungsspektrum

rund um Wohnen-Kochen-Schlafen komplettierte.

Mit frischen Ideen und der Leidenschaft für gesundes Wohnen erarbeiteten sich Verena Vogler und ihr Team schnell einen erstklassigen Ruf. Damals

wie heute bekennt die engagierte Unternehmerin: „Mein Möbelhaus ist mein Leben und ich möchte nichts anderes machen!“ Es ist ein von Herzen kommendes Bekenntnis, das manch einen überrascht, denn Möbel Vogler wurde gleich zweimal vom Schicksal heimgesucht – und das innerhalb von nur drei Jahren ...

„2014 steuerten wir auf das beste Geschäftsjahr unserer Firmengeschichte zu“, erinnert sich Verena Vogler, „und die größte Erstinvestition war fast abbezahlt“. Dann, im November 2014, wurden Geschäft, Fertigung und die Wohnung Opfer der Flammen. „Ich bin mitten in der Nacht

wach geworden, hörte Geräusche. Als mein Mann aufstand, waberten bereits Rauchwolken durch das Treppenhaus.“ Einzig das Lager war nicht betroffen. Vor die Entscheidung gestellt: „Aufgeben oder Aufbauen“, entschieden sich Verena und Norbert Vogler für den Neuanfang. Alles musste sehr schnell gehen. Der Winter stand vor der Tür. Ohne Dach hätte das Gebäude im Frühjahr nur noch abgerissen werden können. Aus einem 50 m² großen Container heraus, der vor der Tür aufgestellt wurde, ging der Verkauf weiter. Neun Monate. Und das ohne Gewinneinbußen. Bereits Ende Januar 2015 konnte das Erdgeschoss wieder genutzt werden, Ende Februar folgte die Eröffnung der Polstermöbelabteilung im ersten Stock.



**„MIT DER CRONBANK
HABEN WIR NICHT NUR
EINE ZUVERLÄSSIGE
BANK GEFUNDEN,
SONDERN AUCH EINEN
STARKEN VERBAND.“**

„Der zweite Schlag folgte im Sommer 2016. Wir waren gerade auf dem Weg in den Urlaub, als das Telefon klingelte“, erinnert sich die 43-Jährige. Durch eine überhitzte Solaranlage fällt das Möbelhaus erneut den Flammen zum Opfer. Zwei Mio. Euro beträgt der Schaden, entstanden durch Flammen, Ruß und Löschwasser. Auch nach diesem Schlag zeigt Verena Vogler Kampfgeist – entscheidet sich für den Wiederaufbau. Aus einem 150 m² großen Ausweichquartier und Katalogen geht der Verkauf weiter. Die Kunden halten dem Unternehmen die Treue und es wird das beste Geschäftsjahr in der Unternehmensgeschichte. Schließlich feiert Möbel Vogler im März 2017 Neueröffnung – die dritte am selben Standort.

Unterstützt von ihren Angestellten, Freunden, Vereinen und Unternehmern im Ort gelang es der Inhaberfamilie, neben dem Aufbau auch den Betrieb am Laufen zu halten. Umfangreiche Unterstützung erhielten sie auch von ihrem Verband, der MHK Group. Vor Ort half sie bei der Planung des Wiederaufbaus. Seit 2004 ist Verena Vogler MHK-Mitglied. Der Kontakt kam über die CRONBANK zustande. Als Verena Vogler ein Jahr zuvor eine neue Hausbank suchte, die ihren Expansionsschritt begleitet, stieß sie im Internet auf die Bank vom Fach.





facts

***Wohngesundheit
ist den
Deutschen
wichtig.***

Bis zu **20 Stunden** verbringen wir täglich in geschlossenen Räumen, deshalb ist ein gesundes Raumklima für ein optimales Wohlbefinden in den eigenen vier Wänden unerlässlich.

Eine Umfrage zeigte, dass die Deutschen generell großen Wert auf Wohngesundheit legen.

Mehr als die Hälfte der Befragten achtet bei Anschaffungen meistens darauf, ein Viertel berücksichtigt den Aspekt Wohngesundheit sogar immer.

„Wir fuhren dann nach Dreieich zum Gespräch. Ich habe mich sofort wohl- und verstanden gefühlt – und die Bank gewechselt.“ Als zuverlässiger Partner erwies sich die CRONBANK für Verena Vogler auch in schlechten Zeiten.

Denn dank der Unternehmensfinanzierung konnte das Gebäude zweimal neu aufgebaut werden. Darüber hinaus halfen die Experten der CRONBANK-Assekuranz bei den Gesprächen mit dem Versicherer und der komplizierten Versicherungsabwicklung. „Für uns war das eine enorm wichtige Hilfe“, die Verena Vogler schließlich veranlasste, im Bereich der Versicherung ebenfalls auf das Know-how der CRONBANK zu setzen. „Wir haben mit der CRONBANK sowohl bei der Unternehmensfinanzierung als auch im Finanzkauf sehr gute Erfahrungen gemacht: Kurze Entscheidungswege, offene und ehrliche Gespräche, gute Erreichbarkeit, faire Angebote und unkomplizierte Hilfe, wenn sie nötig ist. Und genau das sind auch Kriterien, die wir von unserer Versicherung erwarten.“

FIRMENGRÜNDUNG

1970

STANDORTE


8 Häuser

BRILLENMODELLE

8.000

AUSSTELLUNGS-
FLÄCHE

1.000 m²

RALPH HURLIN
GESCHÄFTSFÜHRER

AUGENOPTIKER HURLIN
NAUHEIM



SEHEN UND HÖREN IM FOKUS

Nichts lenkt beim Betreten von Hurlin Optik & Akustik den Blick des Besuchers ab. An den Wänden zur Linken und Rechten integriert sich die horizontale Wandpräsentation als schmales, raumhohes Einbaumöbel perfekt in die Architektur des Fachgeschäfts. Hier lenken eingerahmt in anthrazitfarbene flächenbündige Schrankfronten die eingebauten Leuchten, die zugleich für eine gleichmäßige Hinterleuchtung sorgen, sofort die ganze Aufmerksamkeit auf sie: rund 8.000 Brillenmodelle. Ein weiterer Blickfang: zwei deckenhohe Vitrinen. Hier werden ganz besondere Modelle, zum Beispiel Brillengestelle aus Holz, in Szene gesetzt. Im Zentrum des Geschäftsraums befinden sich im selben hochmodernen Look zwei Beraterplätze und eine Ruhezone. Obwohl auf einem lindgrünen Teppich platziert, stehen sie den Protagonisten nicht die Show, vielmehr schafft das frische Grün ein entspanntes Ambiente. Für Akzente und die perfekte Ausleuchtung sorgt ein modernes Lichtkonzept.

Seit 1990 ist Hurlin Optik & Akustik in Nauheim Ansprechpartner für gutes Sehen und Hören. 2013 zog das Fachgeschäft an den heutigen Standort im Atrium auf dem Feldchen. „Der Standort ist optimal: gut erreichbar, mit zahlreichen Parkmöglichkeiten und in direkter Nachbarschaft von Supermärkten, Cafés und Restaurants“, so Ralph Hurlin, der den Familienbetrieb mit seinem Bruder Jochen bereits in zweiter Generation führt. Seine Wurzeln hat Hurlin Optik & Akustik in Raunheim. Im Mai 1970 eröffneten hier Uwe und Lorle Hurlin ihr erstes Geschäft. Schnell stellte sich der Erfolg ein und im Laufe der Jahre folgten Filialen in Rüsselsheim,

Mörfelden, Nauheim, Flörsheim und Kelsterbach. Insgesamt acht Filialen zählt das Unternehmen heute im Rhein-Main-Gebiet. Hauptaufgaben von Ralph Hurlin sind längst strategischer Art.

„Bei acht Standorten und einigen Mitarbeitern gibt es vieles hinter den Kulissen zu tun, damit sich unsere Kunden in unseren Geschäften wohlfühlen, die beste Augenvermessung bekommen und genau die Beratung erhalten, die sie sich wünschen“, so der 47-Jährige. Das machte 2013 die Erweiterung des Angebotes um Hörakustik ebenso deutlich wie die Einführung eines Erlebnis-Sehtests. Darüber hinaus werden die Geschäfte kontinuierlich modernisiert.



IGA OPTIC

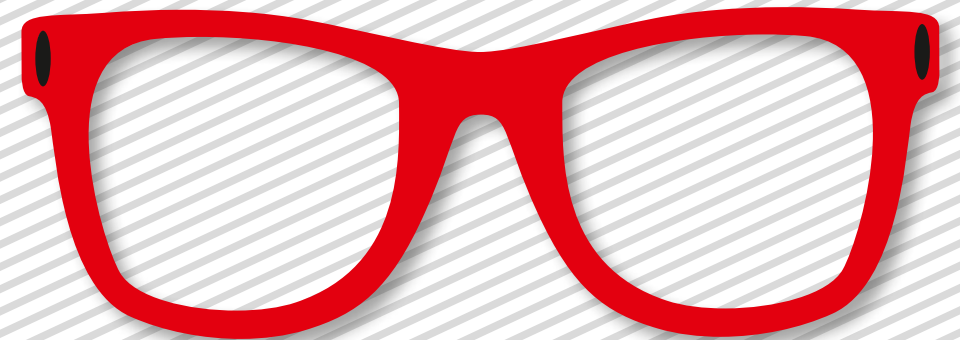
IGA OPTIC ist ein Marketing- und Vertriebsverbund für Augenoptiker mit Sitz in Datteln. Der Verband unterstützt seine Mitglieder mit besten Konditionen bei allen führenden Lieferanten sowie mit Serviceleistungen wie der Zentralregulierung, ERFA-Gruppen, Marketing oder Betriebsvergleichen.

- Gründung: 1981
- Mehr als 500 Mitglieder deutschlandweit
- 9,4 Mio. Euro Eigenwarenumsatz
- Eigenlabel mit Service-Garantie

**ANSPRUCHSVOLLE
WARE BENÖTIGT EIN
EBENSO ANSPRUCHS-
VOLLES UMFELD.**

Der Gedanke, zur Lebensqualität ihrer Kunden beizutragen, prägt das gesamte Tun der Mitarbeiter. Und er spiegelt sich im Ladenbaukonzept ebenso wieder wie die Tatsache, dass anspruchsvolle Ware ein ebenso anspruchsvolles Umfeld braucht. Mit der Renovierung der Standorte Nauheim und Flörsheim 2017 setzten Ralph und Jochen Hurlin gemeinsam mit einem erfahrenen Innenarchitekten- und Ladenbauteam neue Maßstäbe. Hochmodern und hell steht der neue Hurlin-Look für den hohen Serviceanspruch, trägt zugleich den medizinischen und handwerklichen Leistungen Rechnung und macht das Fachgeschäft zum Träger von Kompetenz und Erfahrung. Bei der Realisierung der beiden Pilothäuser setzte das IGA Optic-Mitglied auf die Zusammenarbeit mit der CRONBANK. „Bereits in den ersten Gesprächen kristallisierte sich sehr schnell heraus, dass sich die CRONBANK mit Verbandsstrukturen auskennt. Das hat sich auch in der späteren Zusammenarbeit positiv bemerkbar gemacht“, betont Ralph Hurlin, der sich seit 2001 auch im Aufsichtsrat des führenden deutschen Augenoptikerverbands IGA OPTIC engagiert.

**UM 800 N.CHR. WERDEN IN CHINA ERSTMALS VERGRÖßERUNGS-
GLÄSER IN EINEN RAHMEN EINGEPASST. DIE ERSTE BRILLE –
ÄHNLICH DER FORM WIE WIR SIE HEUTE KENNEN – WURDE UM
1300 HERGESTELLT. IHREN NAMEN VERDANKT DIE BRILLE EINEM
BESONDEREN MINERAL, AUS DEM DIE „GLÄSER“ BESTANDEN:
DEM BERYLL.**



**DIE EINSTIGE SEHHILFE HABEN LÄNGST AUCH MODEMACHER
ALS ZENTRALES ACCESSOIRE FÜR IHRE DESIGNS ENTDECKT.
OB ALS SCHICKES RETRO-ELEMENT ODER ALS CHARAKTER-
STATEMENT – BRILLEN SIND HEUTE WESENTLICHER BESTANDTEIL
DES MODISCHEN AUFTRITTS.**





HANS STROTHOFF
Vorstandsvorsitzender der MHK Group AG

DIE BANK DER VERBUNDGRUPPEN

Vor genau 20 Jahren entstand die CRONBANK aus der MHK Group heraus. Mit dem Hintergrundwissen aus jahrelanger Verbundarbeit definierte sich die „Bank vom Fach“ als starker Partner des Küchenhandels und inzwischen auch anderer mittelständischer Verbundunternehmen.

ZUHÖREN UND LÖSUNGEN

ANBIETEN

Das Feedback der Kunden gleicht sich vor allem in einem Punkt: Die CRONBANK wird als aufmerksamer Zuhörer empfunden, der flexibel auf den aktuellen Bedarf des jeweiligen Unternehmens reagiert. Schnell, unkompliziert und auf die Branche abgestimmt. Von der Kundenbindungsmaßnahme „Finanzkauf“ über die Zwischenfinanzierung von Saisonware bis hin zu vorausschauenden Vorsorgekonzepten – als Bank für Verbundgruppen und deren Mitglieder hält die CRONBANK branchenspezifische Lösungen bereit. Auf Augenhöhe begleitet sie ihre Geschäftspartner zum Erfolg.

BESONDERES MERKMAL:

RUNDUMBLICK VORAUS

Durch die Zugehörigkeit zur MHK Group verfügt die CRONBANK über ein umfassendes Branchenwissen. Dieses Know-how ermöglicht dem Finanzpartner der Verbundgruppen, Systemzentralen sowie deren Handels- und Franchisepartnern einen beispiellosen Rundum-Blick über alle Bereiche des Handels. Damit ist die CRONBANK anderen Banken immer um eine entscheidende Länge voraus. Um ihr Produkt- und Serviceangebot kontinuierlich wettbewerbsfähig zu halten, verbindet die CRONBANK dieses Wissen mit einem vorausschauenden Blick über die nächsten fünf Jahre. Neben dem Küchen- und Möbelhandel sowie Sanitär-, Heizungs- und Klimafachbetrieben zählen auch Mitglieder von Optiker-, Hörakustiker-, Schuh-, Getränkegroßhandel- und Malerverbänden zu den Kunden der CRONBANK.

„Als Verbundgruppencentrale haben wir die Aufgabe, für unsere Handelspartner fünf Jahre im Voraus zu denken. Für uns als MHK Group ist es selbstverständlich, dabei alle Bereiche des Handelspartners in den Blick zu nehmen.“



Dienstleister. Spezialist. Partner.

CARSTEN SCHÜNEMANN

Vorstand
IGA OPTIC eG



Mit der CRONBANK haben wir mehr als eine Bank im klassischen Sinne gefunden. Die CRONBANK ist vielmehr spezialisiert auf Verbundgruppen und passt ihr Leistungsportfolio an die Bedürfnisse ihrer Kunden und deren Anschlusshäuser optimal an. Die Leistungen sind hoch seriös, kompetent und die Entscheidungswege sehr kurz. Mit sehr viel Aufwand sind die Ansprüche von uns in Interviews und Brainstormings ermittelt worden. Herausgekommen ist unter anderem der Finanzkauf für Brillen und Hörgeräte mit einer auf unsere Wunschvorstellung programmierten Eingabemaske, die es dem Optiker/Hörakustiker mit minimalem Aufwand ermöglicht, den Finanzkauf für den Kunden zu erfassen. Aufgrund der vertrauensvollen, partnerschaftlichen und kooperativen Zusammenarbeit hat die CRONBANK für IGA OPTIC-Mitglieder ein System zur Unternehmensfinanzierung entwickelt, welches zum einen für die IGA OPTIC-Zentrale ein Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb darstellt, aber zum anderen auch einen echten Vorteil für die Mitglieder bedeutet.

Wir freuen uns sehr, mit der CRONBANK einen starken Partner an unserer Seite zu haben.

NORBERT SYKORA

Vorstand SÜMO
Süddeutsche Motoristenvereinigung eG



Wir arbeiten bereits seit ein paar Jahren mit der CRONBANK zusammen. Das Besondere an dieser Zusammenarbeit ist, dass die Bank versteht, was unsere Mitglieder benötigen und was sie leisten können. In Zukunft werden wir unsere Zusammenarbeit ausbauen und weiterhin unseren Mitgliedern die CRONBANK empfehlen.

DR. PATRICK BARTSCH

Leitung Franchisevergabe
BackWerk Management GmbH



Seit Ende 2017 arbeiten wir bei BackWerk mit der CRONBANK bei Finanzierungen für unsere Franchisepartner zusammen. Die ersten Finanzierungen sind bereits erfolgreich abgeschlossen. Hierbei haben mich sehr positive Rückmeldungen der Franchisepartner zur Bearbeitungsgeschwindigkeit und Kompetenz der Ansprechpartner bei der CRONBANK erreicht. Dies kann ich aus meiner Sichtweise auch nur bestätigen. Wir haben mittlerweile auch größere Projekte, u.a. eine Finanzierung für ein kostspieliges BackWerk in einem Hauptbahnhof, die über eine Existenzgründungsfinanzierung hinausgehen, abgeschlossen. Zudem haben wir ein Sonderfinanzierungsprogramm für vorzeitige Umbauten bei bestehenden Franchisepartnern aufgelegt, für die nun bereits die ersten Anträge in einem stark vereinfachten und standardisierten Verfahren genehmigt wurden.

BENJAMIN DAWO

Leiter Partnergewinnung
Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH



Wir arbeiten seit Ende 2017 sehr intensiv mit der CRONBANK zusammen. In unserem Franchisesystem benötigt ein neuer Gründer über 200.000 Euro Kapital für Investitionen, aber vor allem für Betriebsmittel wie Miete, Gehälter und Marketing in den ersten zwölf Monaten. Eine konservative und solide Kapitalausstattung unserer Partner ist für Town & Country Haus von höchster Wichtigkeit. Bis 2017 waren wir für alle Neugründungen auf das Wohlwollen von regionalen Banken angewiesen. Das lief manchmal gut und manchmal weniger gut, aber es hat immer sehr lange gedauert. Die Zusammenarbeit mit der CRONBANK ist für unser System ein Quantensprung in der Existenzgründungsfinanzierung. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit mit der CRONBANK. Wir sind aktuell dabei, gemeinsam weitere Produkte für unsere Franchisepartner zu entwickeln.

GERHARD LANGSEDER

Geschäftsführer der
Brillen-Profi-Contact GmbH



Seit zehn Jahren kooperieren wir mit der CRONBANK zum Nutzen unserer Mitglieder. Bei jedem Gespräch mit den Verantwortlichen habe ich gespürt, dass die CRONBANK ein Dienstleister, ein Spezialist ist, den es in dieser Form in der „normalen“ Bankenlandschaft gar nicht gibt. Für Gründungs- und Expansionsfinanzierungen, die für uns im Rahmen unserer dualen Qualitätsmarke erforderlich sind, gibt es für mich keinen besseren Kooperationspartner. Die CRONBANK kennt die Herausforderungen einer Verbundgruppe ebenso wie die von inhabergeführten Fachhandelsstrukturen. Sie hat die Verbundgruppe in ihrer DNA. Es ist die konsequente Haltung in Bezug auf den Kundennutzen, die wirklich beeindruckend ist. Unbürokratisch, partnerschaftlich, kompetent, menschlich!

JÖRG MÜSSE

Geschäftsführer der
BICO Zweirad Marketing GmbH



Wir als Verbundgruppe des Fachhandels sehen uns stetig in der Pflicht, unseren Handelspartnern eine Unterstützung im alltäglichen Geschäft zu bieten. Der Fahrradmarkt ist wie nur wenige Branchen sehr saisonorientiert und zudem sehr vom Wetter beeinflusst. Aus dieser Situation ergeben sich gerade im Bereich der Warenfinanzierung enorme Herausforderungen für unsere Partner. Mithilfe der CRONBANK ist es uns gelungen, unseren Partnern ein maßgeschneidertes Angebot an Finanzdienstleistungen zu bieten, welches sowohl das Tagesgeschäft erleichtert, aber auch Expansion unterstützt. Insbesondere unser Angebot zur Finanzierung von Unternehmensübernahmen im Rahmen von Nachfolgeprozessen ist ein echtes Aushängeschild für unsere Arbeit als Verbundgruppe in Kooperation mit einer leistungsstarken Bank.



CRONBANK AG

Frankfurter Straße 155 · 63303 Dreieich · Germany

Telefon 06103 / 391-255 · Telefax 06103 / 391-239

E-Mail info@cronbank.de · www.cronbank.de