

Mike Plaschna, Snap-on Tools, Berlin

Warum haben Sie sich für Snap-on Tools entschieden?

Ich bin seit 1994 Snap-on Tools Franchise-Partner, also jetzt seit 16 Jahren. Damals lief das alles noch anders und ich bin sehr unbefangen daran gegangen. Man fühlte sich ein bisschen wie ein Pionier. Ein Freund von mir war im „Westen“ bereits Snap-on Tools-Händler und ich konnte nicht glauben, dass man so hochpreisiges Werkzeug wirklich verkauft bekommt. Aber ich habe schnell begriffen, dass die Snap-on-Qualität einfach so hoch ist, dass der Preis absolut gerechtfertigt ist und die Kunden das auch ganz genau wissen und schätzen. Rückwirkend kann ich jetzt sagen, dass meine Entscheidung, Snap-on-Partner zu werden, damals auf jeden Fall die Richtige war!

Kommen Sie aus der Werkzeugbranche?

Ich war vorher Berufskraftfahrer, aber der Wunsch nach einer Selbständigkeit war groß. Durch die ausführlichen Snap-on-Schulungen habe ich mich dann schnell in der Werkzeugbranche eingelebt.

Wie lief die Existenzgründung in der Anfangsphase? Welche Unterstützung haben Sie von Ihrem Franchise-Geber erfahren?

Die hauptsächliche Unterstützung war und ist natürlich das Know-how, das in Schulungen vermittelt wurde. Danach war „mein“ Snap-on-Ansprechpartner quasi meine rechte Hand. Er stand mir jederzeit für Fragen zur Verfügung und hat am Anfang viel geholfen. Die gute Beziehung der deutschlandweiten Snap-on-Händler untereinander, die natürlich auch von der Zentrale gefördert wird, hat ebenfalls großen Rückhalt gegeben. Nach einer Weile verliert man dann die Scheu vor all dem Neuen und kommt immer besser auch alleine zurecht. Aber das Wissen, dass da Leute sind, die helfen, wenn es nötig ist, ist viel wert. Eine Unterstützung der finanziellen Art gab es durch die Möglichkeit, die Snap-on-Produkte als Händler erst auf Kommission zu kaufen. Das reduziert natürlich gerade zu Anfang die Eigenkapital-Last.

Heutzutage ist die Unterstützung während der Gründung noch sehr viel umfangreicher: Im Vorfeld wird eine Gebietsanalyse sowie ein Businessplan erstellt und die Neulinge werden von einem externen Berater detailliert in allen finanziellen und gründungsbezogenen Fragen beraten. Das geht hin bis zur Begleitung beim Bankgespräch!

Was sind für Sie die Vorteile des Franchisings?

Franchising hat irgendwie Familiencharakter. Die anfängliche Unsicherheit nimmt viel schneller ab, wenn man die Unterstützung im Rücken hat. Man kennt sich, trifft sich regelmäßig und hilft aus. Das alles hat man nicht, wenn man sich im Alleingang selbständig macht.

Welche Tipps würden Sie potentiellen Franchise-Nehmern geben?

Ärmel hochkrepeln, Kosten gering halten und einen langen Atem haben. Wenn die Kundschaft sich gut betreut fühlt, bedankt sich das Geschäft. Aber das geht nicht von heute auf morgen. Es dauert länger als früher, bis das Geld fließt, daher muss man ein bisschen Geduld mitbringen. Aber dann lohnt es sich! Wichtig ist auch die Unterstützung innerhalb der Familie. Meine Frau hat mir immer Mut gemacht, wenn es mal nicht so gut lief. Ihr Spruch „Auf jeden schlechten Tag folgt auch wieder ein guter“ hat sich immer bewahrheitet!

Sind Sie mit Snap-on Tools und sich zufrieden?

Snap-on Tools ist ein gutes System, mit dem ich ja jetzt seit 16 Jahren arbeite. Das Management ist offen und macht die Ohren auf, wenn ich etwas zu sagen haben. Ich bin froh, dass ich mich damals dafür entschieden habe. Auch da die Wirtschaftskrise mich in den letzten Jahren überhaupt nicht berührt hat. Die Kundschaft steht zu mir und ist dankbar für die gute Qualität der Produkte. Sie wissen, dass darauf Verlass ist.

Snap-on Tools



Kurzprofil Snap-on Tools

Snap-on Tools ist die deutsche Tochtergesellschaft der Snap-on Incorporated, die ein führender, weltweiter Entwickler, Hersteller und Anbieter von Werkzeugen und Werkstattlösungen für den professionellen Nutzer ist. Die Produktlinie besteht aus Handwerkzeugen, Power Tools, Diagnosegeräte für den automotiven Bereich, Werkstattzubehör, Werkzeugschränke und andere Lösungen für den automotiven Bereich, die Industrie sowie für viele andere Bereiche. Die Produkte werden hauptsächlich über selbständige Partner im Direktvertrieb angeboten. 1920 von zwei Visionären in den USA gegründet, hat sich Snap-on zum größten „Non Food“ Franchiseunternehmen der Welt, mit seinem Stammsitz in Kenosha, Wisconsin und weltweit ca. 14.000 Angestellten entwickelt. Auf dem deutschen Markt ist Snap-on Tools bereits seit den 70er Jahren vertreten und mittlerweile sind über 50 Franchise-Partnern deutschlandweit tätig.