



modell flieger

www.modellflieger-magazin.de

www.dmfv.aero

Motorflug
Segelflug
Elektroflug
Helikopter
Markt
Technik
Workshop
Verband

Flugmodellsport im DMFV

Strike

Jet-Weltmeisterschaft 2013 in der Schweiz



Weitere Themen im Heft:

Deutsche Meisterschaft Akro Segelflug 2013
PZL-104 Wilga von Modellbau Pichler
Original und Modell: Sikorsky CH-53
Willow F3F 2P von ALB Modelltechnik



Ausgabe Dezember 2013/Januar 2014 € 3,80

modellflieger-spezial KUNSTFLUG



wellhausen
&
marquardt
Mediengesellschaft

Der folgende Bericht ist in Ausgabe
Dezember 2013/Januar 2014 des Magazins
modellflieger erschienen.

www.dmfv.aero



30 Jahre Höhenflug

Im Gespräch mit Stefan Höllein

Viele Modellflugsportler kennen „Den Himmlischen“. Ob es am einprägsamen Namen liegt oder am schrillen Schriftzug, ist nicht ganz klar. Eines steht jedoch fest: Stefan Höllein ist längst ein Urgestein der Modellflug-Szene und überzeugt seine Kunden vor allem durch gute Produkte, schnelle Lieferung und kompetente Mitarbeiter.

Modellflieger: 30 Jahre Himmlischer Höllein – das ist ein stolzes Alter für eine Firma. Dabei hat alles so klein angefangen. 500,- Mark und ein halbes Zimmer. Wie kamen Sie damals auf die Idee, ausgerechnet einen Modellbauhandel zu eröffnen?

Stefan Höllein: Ich bin Modellflieger seit meinem 13. Lebensjahr und war seit meinem 17. Lebensjahr viel in der damaligen Wettbewerbsszene RC-I und RC-IV unterwegs. Nachdem ich einen Führerschein und ein Auto hatte, auch international. Die lokale Beschaffung-Situation für Modellflug-Zubehör war damals mehr als unterdurchschnittlich und durch meine Wettbewerbs-Teilnahmen wusste ich, dass das für viele andere Regionen auch der Fall war. Der Bedarf war also bereits früh klar. Die Idee dazu hatte dann allerdings nicht ich, sondern ein sehr guter Freund, dem ein Nebenerwerb laut seinem Arbeitsvertrag nicht gestattet war und der mich gerne als Strohmann eingesetzt hätte. Wir merkten bald, dass ich damit nicht glücklich werden würde und beendeten unsere geschäftliche

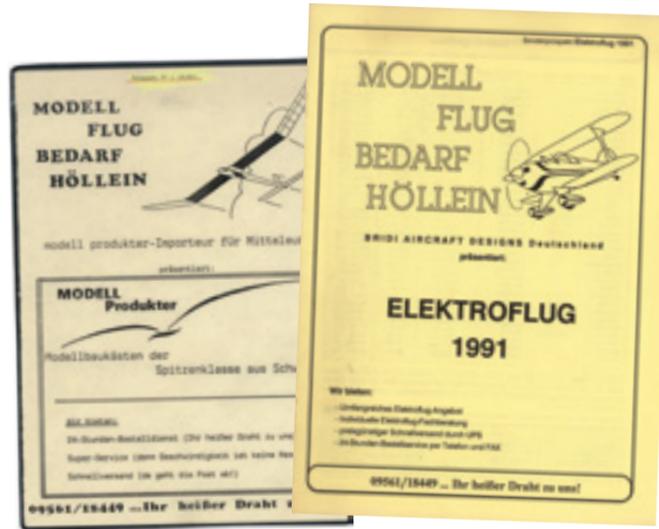
Zusammenarbeit. **In den kommenden Jahren entwickelte sich dann alles ganz schnell. Wussten Sie von Anfang an, dass aus dieser „Idee“ Ihr Hauptstandbein werden würde?**

Ich habe es nicht gewusst, aber gehofft. Ich habe damals Maschinenbau studiert, gleichzeitig mit 10-Stunden-Nachtschichten in einem Coburger Spritz- und Presswerk – dort war es laut, heiß und überlichschend – meinen Lagerbestand aufgestockt. Ich bekam 125,- Mark pro Nacht mit allen Zulagen. Nebenbei habe ich dann mein Geschäft geöffnet. Nach fünf Semestern musste zunächst das Studium dran glauben, worauf mir meine Eltern jegliche finanzielle Unterstützung gestrichen haben. 4 Jahre nach meiner Gewerbeanmeldung habe ich dann die letzte Nacht an den Spritzgussmaschinen gearbeitet. Durch meine europaweiten Wettbewerbsaktivitäten wurden mehr und mehr Modellflieger auf den „Verrückten mit dem pinkfarbenen T-Shirt“ aufmerksam.

1988 habe ich dann eine Frau geheiratet, die genauso motiviert war wie ich. Wir haben irrsinnig effektiv und viel gearbeitet. Meine malaysische Frau hat sich mit ihrem

herausragenden Talent für Sprachen und ihrem enormen Erinnerungsvermögen einen bleibenden Ruf bei vielen Modellfliegern erarbeitet – und mein Englisch hat sich drastisch verbessert. Mit Deutsch, fließendem Englisch und ausreichendem Französisch fühlten wir uns fit für den europäischen Markt und hatten bald telefonische Bestellungen aus aller Welt. Mit der Grenzöffnung 1989 wurden wir dann von unseren „Neufünfländern“ überrannt. Daraus ergaben sich weitere Betriebserweiterungen. Wir haben damals schon Modelle aus den USA (SIG, Bridi Aircraft Design, Airtronics), Schweden (Modell Produkter, Hobbyträ) und Cosmotec-Getriebe aus Japan importiert.

Heutzutage geht alles über das Internet. Doch bevor der Boom so richtig startete, waren Sie schon mitten im Geschehen. Wieder so eine „Idee“ oder weise Voraussicht? Weise Voraussicht? Weiß nicht. Ich habe Anfang 1998 www.hoellein.com reservieren lassen, weil ich eine Sendung über das möglicherweise kommende Internet gesehen hatte. Ich war mir damals nicht sicher, ob es sich lohnen würde, wollte aber für alle Fälle gewappnet sein. Diese Domain lag dann jahrelang brach. Es war die große Zeit unserer CNC-Fertigung und unseres Print-Katalogs, der Höllein-Bibel. Seit 2003 haben wir unseren Online-Shop vorbereitet und sind damit 2006 durchgestartet. Dieser Shop generiert derzeit rund zwei Drittel unseres Umsatzes.



Die Regale von Modellflugbedarf Höllein waren stets gut und abwechslungsreich gefüllt

Mal Hand aufs Herz: Pinker Schriftzug und ein „himmlisch“ im Namen – Wie kam es zu dieser schrillen Kombination?

Ok, das ist auf meinem Mist gewachsen, denn für eine Marketing-Agentur war einfach kein Geld da. Aber der Reihe nach. Wenn Sie mit einem Nachnamen gesegnet sind, der weder im englischsprachigen Raum noch im frankophonen Raum vernünftig aussprechbar ist, dann besteht Handlungsbedarf. Hätte ich damals schon gewusst, dass wir einmal eine Rolle im internationalen Versandgeschäft spielen würden, hätte ich den Nachnamen meiner damaligen Frau (Stephenson) angenommen. Der funktioniert weltweit. Das mit dem Himmlischen lag – im Nachhinein betrachtet – bei diesem höllischen Nachnamen doch irgendwie in der Luft. In den letzten 25 Jahren hatte ich deshalb nur zwei Beschwerden. Einer war ein katholischer Pfarrer, der das als Gotteslästerung bezeichnet hat, der andere ein Theologie-Student.



Und auch das mit dem Pink ergab sich fast von selbst. Nach Modellen, Maskottchen und T-Shirts war dann eben mein sehr gebräuchter Mercedes-Transporter 207D dran. Den Ausdruck im Gesicht des Lackierers werde ich nie vergessen. Das toppen nur die entglittenen Gesichtszüge des Mercedes-Händlers, dem ich Jahre später meinen Sprinter nach langen Verhandlungen mit dem Hersteller in Verkehrspurpur – das ist die Mercedes-Bezeichnung für Höllein-Pink – bestellt habe. Die Werbewirkung ist bis heute enorm.

Versuchen Sie Trends im Modellflugsport zu erkennen und mit ihnen zu gehen oder wollen Sie die Szene aktiv mitgestalten?

Beides. Sonst hätten wir – wie so viele andere in der Szene – bereits vor Jahren aufgegeben. In den frühen 1990er-Jahren hat mir Kai Erdmann, damals Herausgeber des Aufwind, etwas von jungen Amerikanern erzählt, die Ihre Modelle in die Thermik geworfen haben. Scheinbar war ich der einzige, der sich das vorstellen konnte und habe daraufhin viele hundert „Tercel“ Hand-Launch-Glider aus den USA importiert. Das war die Geburtsstunde der HLG-Fliegerei in Europa, aus der sich das derzeitige F3K-Geschehen entwickelt hat. Wir haben frühzeitig Holzbaukästen aus den USA importiert und waren Mitte der 1990er-Jahre die ersten und lange Zeit einzigen Anbieter CNC-gefräster Bausätze. Die Marktführer haben damals noch fleißig gestanzelt. Aktuell haben wir mit unserer R.E.Solution eines der ersten kommerziell angebotenen Modelle für die neue R.E.S.-Klasse auf den Markt gebracht.

Obwohl viele denken, ohne ARF, RTF oder BNF geht heute gar nichts mehr, haben Sie mit Ihren Holzbaukästen viel Erfolg. Wie schätzen Sie die Lage am Markt wirklich ein?

Sehr schwierig. Ein Einsteiger fängt heute in der Regel mit einem geschäumten Dreiachs-Segler an. Es bedarf schon einer gehörigen Portion Neugier, anschließend einen Zweiachs-Holzbaukasten zu erstellen. Das wissen wir und haben unser Modellprogramm entsprechend erweitert. Speed-Modelle, Mehrklappen-Segler und 1:10er-Scale-Modelle haben in Fertigschaum wesentlich

weniger Charme und lassen die innere Bindung, die zwischen Pilot und Modell während des Baus entsteht, vermissen. Bei uns ist derzeit auf jeden Fall eine deutlicher Trend zurück zum Holz erkennbar.

Den Modellbaukästen müssen sich immer mehr kleinere und größere Fachhändler und Hersteller teilen. Was ist Ihre Strategie, um aus der Masse hervorstechen?

Ich will ja hier nicht alles verraten. Aber ganz wichtig sind uns Seriosität, Schnelligkeit, Zuverlässigkeit, eine große Auswahl, Fachberatung, Hintergrundwissen und hoch qualifizierte, motivierte Mitarbeiter. Wer nur



Schicke Turnschuhe, lässige Sonnenbrille und natürlich der quitschpinke Firmenwagen. Stefan Höllein weiß, wie man bei seinen Kunden einen bleibenden Eindruck hinterlässt

wegen des Preises bei uns kauft, kauft morgen woanders ein. Wir leben von Überzeugungstättern und „Wiederkehrern“.

Was haben Sie in den nächsten Jahren für Ziele mit Ihrer Firma?

Weiterhin meiner bisherigen Firmenphilosophie treu zu bleiben, als eigenständige Firma erfolgreich zu überleben und als 70-Jähriger von den Philippinen aus zum 50-Jährigen Bestehen des Himmlischen einzufiegen.

Mit einem grünen Kombi fing alles an. Damals verkaufte Stefan Höllein seine Waren direkt auf dem Flugplatz

