



Erfolgsrezept – Elbkamine

Was man gerne macht, das macht man gut

Julian Stern ist Ofenbaumeister aus Leidenschaft, Geschäftsführer von Elbkamine in Hamburg und brennt förmlich für das, was er tut. Innerhalb von nur zwei Jahren etablierten er und sein Team sich sehr erfolgreich in unserer Branche und behaupteten sich gegenüber jeglichem medialen Druck und der wirtschaftlichen Lage, welche die Pandemie mit sich brachte. Heute möchten wir von Geschäftsführer Julian Stern wissen, was sein Erfolgsrezept ist.

Warum hast du dich vor gut 17 Jahren dazu entschieden, den Beruf des Ofenbauers zu erlernen?

Julian Stern: Letztendlich durch ein Praktikum in meinem Lehrbetrieb „Das Ofenhaus Colnrade“. Ich war immer schon handwerklich sehr interessiert und ich möchte auch be-

haupten geschickt. Zur damaligen Zeit wollte ich eigentlich Grundschullehramt studieren. Dann habe ich aber gemerkt, was das Ofenbauhandwerk alles zu bieten hat und bin dabei geblieben.

Im Februar 2020 hast du dein Ofenstudio „Elbkamine“ gegründet, die mediale Lage rückte den Holzofen in kein gutes Licht, was überzeugte dich dennoch davon, dass das Studio Erfolg haben wird?

JS: Ich habe in den 15 Jahren, bevor ich meinen Betrieb gegründet habe, in so viele strahlende Gesichter blicken dürfen, wenn im eigenen Ofen/Kamin das erste Feuer entfacht wurde. Das Feuer wärmt uns und unsere Gemüter. Es bringt uns zusammen, es kann vernichtend sein, es erweckt aber

auch zum Leben. Feuer ist eines der wichtigsten Elemente, das wird der Mensch sich nicht nehmen lassen – das ist die emotionale Antwort. Die rationale Antwort lautet: Obwohl die Holzfeuerung in den Medien gerne negativ belastet wird, hat sich die Verbrennungstechnologie – auch aufgrund der Emissionsschutzverordnung – in den letzten Jahren so dermaßen hochentwickelt, dass eigentlich nur positiv über unser Handwerk und die fantastischen Kachelöfen und Kamine berichtet werden dürfte die wir gestalten, planen und errichten. Leider gibt es aber auch immer weniger Betriebe die das können. Wir haben akuten Nachwuchsmangel. Davon darf man sich aber nicht abschrecken lassen. Wenn man etwas erreichen will, muss man etwas dafür tun. So ist es für mich auch logisch und konsequent, in jedem Jahr mindestens eine Ausbildungsstelle auszusprechen.

War der mediale Druck eine große Bewährungsprobe? Was hat dieser von euch abverlangt und wie habt ihr diesem entgegenkommuniziert?

JS: Ob nun der GVOB (der Ofenhelden Film), RTL oder der NDR, das war schon ganz schön viel in letzter Zeit. Mittlerweile sind meine Jungs auch etwas kamerascheu geworden. Was sehr schade ist, da ich gerne mit mehr Videos für unsere Social Media Kanäle arbeiten möchte.

Für mich selber war der Druck sehr hoch. Zu den Massen an Anfragen in letzter Zeit, erschwerte Bedingungen in allen Bereichen, hoher Mehraufwand für jede kleine Bestellung, Änderung oder Ähnliches nun noch die ganzen Kamerteams unterbringen, geeignete Baustellen/Drehorte finden und dort dann gut zu performen. Der letzte Bericht wurde kurz vor meinem Urlaub gedreht und gesendet, wodurch der Urlaub dann noch dringender wurde.

Man fühlt sich auf den ersten Blick wohl: Ein modernes, junges Ofenstudio, doch welche Leistungen bietet ihr als Ofenstudio an? Was hebt Elbkamine dabei von den Mitbewerbern ab und was denkst du, was motiviert die Kunden, bei euch einen Ofen zu planen?

JS: Wir bieten eine sehr umfangreiche, individuelle Beratung in allen Bereichen des Ofen- und Kaminbaus. Ob Kachel-, Grund- oder Speicherofen, Heizkamin, Gaskamin, Kaminofen mit oder ohne Schornstein, Effektfeuer mit Wasserdampf, Außenküche, Terrassenkamine, Grills, wir sind da sehr breit aufgestellt. Im Erstgespräch stellen wir

fest, welches die optimale Feuerstelle für unseren Interessenten ist. Dann beginnen wir mit der Planung. Hierbei verwenden wir häufig Palette CAD. Unsere Überzeugung ist, dass für die perfekte Feuerstelle auch eine perfekte Planung als Grundlage dienen sollte. Auf dieser Basis erstellen wir ein ausführliches Angebot, bei dem beide Seiten genau wissen, was auf sie zukommt. Dieses Angebot präsentieren wir dem Kunden sehr transparent und erklären dabei technische Details und Notwendigkeiten. So gibt es später keine bösen Überraschungen. Unsere Kunden schätzen das sehr und wissen, was sie für ihr Geld bekommen.



Julian Stern

Kachelofen- und Luftheizungsbaumeister
Geschäftsführer Elbkamine

Nun war sowohl politisch als auch wirtschaftlich einiges los in den letzten zwei Jahren, was würdest du sagen, war bislang deine wichtigste Entscheidung als Unternehmer?

JS: Hahaha, ja das waren einige. Es ist unfassbar, wie viele Entscheidungen man auf einmal täglich fällen muss. Kurzfristige und vor allem langfristige. Die Wichtigste verrate ich nicht, das ist nämlich mein Betriebsgeheimnis. Jeder meiner Mitarbeiter:innen war eine der wichtigsten Entscheidungen. Der wichtigste Grundsatz ist es vielleicht gewesen, Arbeiten und Bereiche abzugeben und nicht alles selbst machen zu wollen.

Alle guten Unternehmen basieren auf wichtigen Eckpfeilern wie Werte, Visionen und Strategien, was ist euch dabei besonders wichtig? Welche sind eure Eckpfeiler?

JS: Es ist schon erstaunlich, wie viele Menschen die einfachsten Grundregeln der gegenseitigen Verständigung und des Miteinanders nicht beherrschen und wie sehr man sich schon von der Masse absetzen kann, wenn man einfach nur ehrlich, freundlich, zuverlässig und gründlich ist. Oft sind es die Kleinigkeiten, die einen großen Unterschied ausmachen.

Nachwuchs in der Branche ist ein großes Thema. Wie bindet ihr junge Fachkräfte an den Betrieb, nutzt ihr Social Media für Recruiting-Maßnahmen und wie ist die Resonanz?

JS: Wir haben in den ersten zwei Jahren einiges an Kontent gesammelt und verfassen nun nach und nach Instagram Beiträge. Unsere Stellenanzeigen werden hier auch beworben.

Elbkamine hat sich trotz aller äußerlichen Umstände sehr gut etabliert und einen Namen gemacht, welche Motivation oder Konzept hat euch, entgegen allen medialen Vorurteilen, zum Erfolg gebracht?

JS: Sehr, sehr viel und sehr harte Arbeit, eine große Klappe, viel Aufklärung, keine halben Sachen und sehr viel Freude an alledem. Das steckt halt an. Es klingt immer so abgedroschen – aber wir brennen dafür und das reißt die Leute mit.

Euer Werbeauftritt ist sehr professionell und hat in der heutigen Zeit einen hohen Stellenwert für eine erste Kaufentscheidung/Entscheidung eines Ofenstudios, wart ihr euch dessen von Anfang an bewusst? Habt ihr euren Auftritt an eine Agentur abgegeben? Wie war die Herangehens-/Denkweise?



JS: Die Außendarstellung und das einheitliche Erscheinungsbild der Firma ist heutzutage sehr wichtig und absolut ausschlaggebend für den ersten Eindruck. Mit einem zeitgemäßen Auftritt können wir eine breitere Zielgruppe erreichen und einen Wiedererkennungswert schaffen - wir haben großen Wert auf unser Logo gelegt und die Resonanz spricht für dessen Erfolg.

Digitalisierung ist die Eintrittskarte für mehr Effizienz und unternehmerischen Erfolg, wie erlebt ihr diese Entwicklung?

JS: Auf jeden Fall. Wir versuchen auch von Papier weitestgehend wegzukommen. Wir arbeiten wie gesagt mit Palette CAD, dann nutzen wir eine Handwerker Software für die Angebotserstellung und Rechnungen. Es steht nun eine weitere Software an, über die das ganze Team kommunizieren kann und Einsicht in die jeweiligen Projekte hat. Das ermöglicht uns eine noch effizientere und schnellere Arbeitsweise.

Euer Logo besitzt einen großen Wiedererkennungswert, was bedeutet dir der feuerspeiende Wasserdrache, ist er auch eine Art Motivation der täglichen Arbeit? Wie identifiziert ihr euch damit und was hat es mit der „Drachenkachel“ auf sich?

JS: Unser Drache steht für Anmut, Kraft und Beständigkeit. Er inspiriert uns und er wacht über uns. Sowohl das Feuer als auch das Wasser sind als Ofenbaubetrieb an der Elbe für uns die wichtigsten Elemente. Die „Drachenkachel“ (lieber Matthias, sieh es uns nach) ist natürlich eigentlich die „Raute Blau“ (in Flaschengrün) von Kaufmann Keramik, die an unserem Feuer speiendem Gaskamin in unserem Showroom an das Schuppenkleid eines Drachens erinnert. Daher haben wir sie in einem Instagram Post so genannt - und es scheint hängen geblieben zu sein.

Die Nachfrage der Feuerstätten auf dem Markt ist enorm gestiegen, ist dies Anreiz für Ofenbauer, sich selbstständig zu machen und würdest du ihnen dies ans Herz legen? Wie siehst du die Zukunft der Branche und wie wappnet ihr euch?

JS: Ne, die sollen sich lieber bei uns bewerben *lacht*. Die enorme Nachfrage der Feuerstätten kann aus sich heraus nicht lange anhalten. Ich denke, es wird aus verschiedenen Gründen noch eine Weile anhalten. (Hier wird auch u. a. das Austauschgeschäft bei den Kaminöfen und weiterhin natürlich bei alten Kachelöfen eine Rolle spielen). Aber dann liegt es an uns, die momentane Aufmerksamkeit zu nutzen, um



für ein besseres Image und somit für eine langanhaltende stabile Nachfrage zu sorgen. Leider machen einige Kollegen und Handwerker anderer Gewerke derzeit den großen Fehler, die gestiegene Nachfrage auf sich zu beziehen und arrogant zu werden. Tut mir leid, euch das sagen zu müssen, aber die Leute kommen nicht auf einmal alle zu euch, weil ihr so geil seid, sondern weil aus unterschiedlichen äußeren Gegebenheiten eine sehr große Nachfrage auf ein nicht vorbereitetes, sehr geringes Angebot stößt. Der Kioskbesitzer von nebenan bildet sich auch nichts darauf ein, dass sein Klopapier seit 2,5 Jahren ständig ausverkauft ist.

Wenn du mit Elbkamine noch einmal starten könntest, würdest du etwas anders machen?

JS: Nein. Sicher ist nicht alles perfekt gelaufen, auch wir haben Fehler gemacht und mussten uns in vielen Bereichen erst einmal finden. Das geschieht auch immer noch. Wir entwickeln uns ständig weiter. Aber das gehört ja auch alles dazu. Manche Erfahrungen muss man machen, um sie zu verstehen, auch wenn das mal Lehrgeld kostet. Das sollte man von vornherein einkalkulieren.