

Der Abschied vom Bollerwagen

FRIEDRICH LIVING Kreativ seit 1844: Aus dem einstigen Waschtrog Friedrich ist ein führender Fachhandel für exklusive Gartenmöbel geworden.

VON HANS BÖLLER

Im Jahr 1844 wäre niemand auf die Idee gekommen, Möbel in den Garten zu stellen. Die meisten Menschen hatten noch nicht einmal einen Garten. Könnte Heinrich Friedrich heute den damals von ihm gegründeten Betrieb besuchen, sähe er elegante Sofas, Stühle, Tische und Schirme. Alles für den Garten. Vielleicht würde er die Welt nicht mehr verstehen, jedenfalls nicht gleich – 180 Jahre sind eine lange Zeit.

**FAMILIEN-
GESCHICHTE(N)**
UNTERNEHMEN AUS DER REGION



Aber dass jede Zeit ihre eigenen Ideen hat, würde der Gründer sofort begreifen. Mit der Zeit gehen: Das ist, in Kürze, die Geschichte von Friedrich Living, einem Unternehmen, das 1844 natürlich noch nicht so hieß, damals konnten die wenigsten Menschen Englisch. Die Firma, die in der Nürnberger Nonnengasse als Büttnererei begann, präsentiert und verkauft heute im Vorort Großgründlach auf 600 Quadratmetern ausgesuchte schöne Gartenmöbel. Holz ist, wie schon 1844, ein geschätzter Wertstoff.

Kreativität und Innovationsgeist im Wandel der Zeiten: Dafür ist Friedrich Living vom Handelsverband Bayern 2016 zu Mittelfrankens „Unternehmen des Jahres“ gekürt worden. „Eine tolle Adelung“, sagt Ralph Friedrich, sei das gewesen. Die Urkunde hängt hat er natürlich aufgehoben, aber danach muss man ihn schon fragen. Friedrich schätzt die Tradition, „bloß ist das jetzt schon ein paar Jahre her und der Prozess geht ja weiter – es ist unsere Stärke, dass wir immer in der Lage waren, uns anzupassen“.

Ralph Friedrich, Inhaber und Geschäftsführer in sechster Generation, 56 Jahre alt, ist Heinrich Friedrichs Ururenkel. „Wir machen heute etwas ganz anderes als noch meine Großeltern, aber wir sind kein Start-

„Die Fahrräder der Großeltern hingen voller Körbe

up“, erklärt er, „es führt eine Linie hierher“ – und beim Umzug aus der Altstadt ins Knoblauchsland im Jahr 2013 „durften wir die Kundschaft und unseren Bekanntheitsgrad mitnehmen“.

Bekannt geworden war der Betrieb – unter diesem Namen ab 1950 – als Waschtrog Friedrich, eines der ältesten Fachgeschäfte der Stadt. Im Sortiment dieser Nürnberger Institution aus der Nonnengasse: Waschröge natürlich, aber auch Körbe, Bollerwagen, Leitern, Kinderschlitten, manches mehr. Von seiner Großmutter bekam Ralph Friedrich einmal ein besonderes Geburtstagsgeschenk, einen langen Brief: die Geschichte der Firma, niedergeschrieben per Hand – und zurückreichend bis in eine Zeit, in der Nürnberg in Schutt und Asche lag.

Damals fuhren seine Großeltern per Fahrrad übers Land, kauften bei Korbmachern ein – „die Räder hingen voller Körbe“ – und offerierten die Ware in ihrem Laden. Wenn Friedrich von seinen Großeltern erzählt, „wie sie sich mühsam durch die Weltkriegstrümmer gekämpft haben“, klingt Respekt an, auch Bewunderung. Als er, noch ein Kind, zum ersten Mal die Bilder sah – „die zerstörte



„Wir verkaufen ja nichts Unentbehrliches, wer zu uns kommt, bringt Freude mit, Freude auf etwas Schönes“: Ralph Friedrich, Inhaber und Geschäftsführer von Friedrich Living in sechster Generation, im Geschäft in Nürnberg-Großgründlach.



Mit ihm begann 1844 alles: Büttnermeister Heinrich Friedrich, der Gründer.

Nonnengasse, alles war weg“ – erschrak er, die Erinnerung daran ist noch sehr präsent. „Man kann ja nur versuchen, sich das vorzustellen“, meint Ralph Friedrich, „vielleicht war es eine Motivation, dass es irgendwie weitergehen musste.“ Damals vorerst in einer Garage, in der Georg Friedrich im März 1946 seine „Verkaufsstelle für Holzwaren und Haushaltartikel“ neu eröffnete.

„Opa war durch und durch ein strenger, aber fairer Geschäftsmann“, erinnert sich der Enkel, ein Patron, „das Oberhaupt der Familie“ – die „Herzlichkeit“, wie Friedrich sagt, brachte erst sein Vater in den Betrieb. Unter Heinz Friedrich veränderte sich die Firma weiter; Bollerwagen zum Beispiel, sagt Ralph Friedrich lächelnd, sehe man heute so gut wie gar nicht mehr: „Meine Kinder hatten noch einen, ich fand den großartig – aber gekauft wurden sie bloß noch von Leuten, die damit aufgewachsen waren.“ Daran denkt er



Etwa im Jahr 1900: Jakob Friedrich, Sohn des Gründers, mit seinem Sohn Paul neben dem Geschäft in der damals noch von Handwerksbetrieben geprägten Nonnengasse.

manchmal, wenn er sehr alte Menschen mit Bollerwagen durch Friedhöfe laufen sieht.

Heinz Friedrich gehörte zu den ersten Händlern in Bayern, die Gartenmöbel anboten – ein ganz kleines Sortiment, eher noch versuchsweise. Hersteller gab es weniger als eine Handvoll, „aber beim Teakholz war Papa ein Pionier“, sagt sein Sohn. Ein angemieteter Garten in der Nonnengasse gehörte fortan zum Geschäft – als Verkaufsfläche, nicht als Spiel-

platz, der Gartenmöbelspezialist Ralph Friedrich ist „als Stadtkind ohne Garten“ aufgewachsen.

Im Geschäft half er schon als Bub mit. Dass er die Firma einmal übernehmen würde, „war mir früh klar“ – auch wenn Friedrich nach dem Studium der Betriebswirtschaft zunächst in der IT-Branche arbeitete, bei Hewlett Packard, drei Jahre lang. Aber als sein Vater an einen Verkauf der Firma dachte, „wär’s mir schon arg gewesen, die Familientradition wegbre-

chen zu sehen“, erzählt der Sohn. Er übernahm 2004, „und mein Vater hat mich machen lassen“. Loslassen zu können, diese Kunst gehört zum Erfolg von Familienunternehmen.

Was er von seinem Vater gelernt hat? Ralph Friedrich erzählt die schöne Geschichte vom ersten eigenen Fahrrad. Der Geburtstagswunsch war nicht einfach so erfüllt worden, vom Papa bekam Ralph den Auftrag, Angebote zu sichten, nach Preis und Qualität. Es wurde dann, „nachdem ich alle Händler abgegrast hatte“: ein Peugeot-Rad, weiß, mit Rennlenker. So etwas vergisst man nicht.

Es ist, wollte man es sehr verknüpft ausdrücken, heute noch die

„Baumärkte und Möbel-Riesen sind keine Konkurrenz

Idee: Trends erkennen, Qualität sichten, Preise, das gehört zu einem Geschäft, das Ralph Friedrich liebt. Er strahlt Zugewandtheit aus und Offenheit, Besucher und Kunden empfängt er mit der Herzlichkeit des Vaters. Friedrich Living – vier feste Mitarbeiter, Jahresumsatz rund eine Million Euro – lebt von der individuellen Betreuung und Beratung. Ideen gemeinsam umzusetzen, das gefällt dem Chef, „dazu gehört die Nachsorge im Garten der Kunden“.

„Wir verkaufen ja nichts Unentbehrliches“, sagt er, „wer zu uns kommt, bringt Freude mit, Freude auf etwas Schönes“ – wer das nicht teilen kann, wäre fehl am Platz. Friedrich formuliert es so: „Wir brauchen nicht die besten Verkäufer, wir brauchen Einfühlungsvermögen.“ Online einkaufen kann man bei Friedrich Living deshalb nicht, das Unternehmen legt Wert auf Nähe, auf kurze Wege zu den Kunden, „das geht nicht digital und funktioniert nur regional“, findet der Geschäftsführer.

Schon vor dem Umzug nach Großgründlach hatte sich der 2015 in Friedrich Living umbenannte Betrieb ganz auf hochwertige Gartenmöbel (und Sonnenschirme) konzentriert, 2023 „haben wir die letzten Indoor-Reste eliminiert“, wie Friedrich sagt: „Unsere Kunden kommen, weil sie wissen, was sie erwartet.“ Als der Möbelriese Höffner fast in Sichtweite sein Haus in der Schmalau eröffnete, war das so wenig eine Konkurrenz wie es die vielen Baumärkte sind. „Im Gegenteil“, sagt Ralph Friedrich, „ich empfinde das als Bereicherung.“ Die Sortimente seien nicht vergleichbar, „was Kunden dort nicht finden, finden sie bei uns – und umgekehrt“; er nennt es eine Art Symbiose.

Die Idee, dass „es draußen so gemütlich sein kann wie drinnen“, die Vorstellung von „richtigem Komfort im Wohnraum Garten“ sei, so Friedrich, mit der Corona-Pandemie noch einmal populärer geworden. Der Garten war auf einmal eine kleine Welt, ein Stück Freiheit. Vorbild ist oft das Wohnzimmer: „Was innen passiert, wird wasserfest für außen übersetzt“, sagt Friedrich. Er selbst, das Stadtkind, lebt jetzt auch im Grünen, mit Garten im Knoblauchsland, die Eltern wohnen weiterhin in der Nonnengasse.

Ob es eine siebte Generation gibt? Unwahrscheinlich, sagt Ralph Friedrich, die beiden erwachsenen Söhne haben andere Pläne. Er werde aber „keinen Traditionsschmerz“ verspüren, vermutet der Firmenchef, ohne schon daran denken zu wollen: „Mit 67 Jahren höre ich bestimmt nicht auf – dafür habe ich viel zu viel Freude an dem, was ich mache.“

EINE KLEINE GESCHICHTE DER GARTENMÖBEL

Wie die Deutschen das Leben im Freien entdeckten

Im Laufe seiner Geschichte hat sich der Homo sapiens zu einem Wesen entwickelt, das viel sitzt – im Bürostuhl, im Auto, im Wirtshaus, im Wohnzimmer. **Sitzmöbel aber sind eine sehr junge Erfindung** – Kaiser, Könige und andere Potentaten saßen zwar auf ihren Thronen, die Bevölkerung aber begnügte sich mit Fellen oder Schemeln. Erst im 16. Jahrhundert begann ein aufstrebendes Bürger-

tum damit, sich nach dem Vorbild des Adels auf Stühle zu setzen. Im späten 18. Jahrhundert tat es ihm die breite Bevölkerung gleich. Wenigstens einfache Möbel gab es bald für alle.

In Gärten standen die aber noch nicht. **Mobile Gartenklappstühle und kleine Tische gab es im 19. Jahrhundert** – für die wenigen Menschen, die einen Garten hat-

ten. Erst nach 1950 und mit der Freizeitgesellschaft kam hierzulande die Idee von Gartenmöbeln auf. Bei Urlaubsfahrten in den Süden, gern nach Italien, lernten die Deutschen **das Leben im Freien kennen und schätzen**.

Das berühmteste Gartenmöbelstück der 1960er und 1970er Jahre war die Hollywoodschaukel mit Blümchenbezug. Beliebte waren Garten-

bänke und Klappliegen. Heute gibt es wetterfeste Gartenmöbel auch in bester Qualität, Friedrich Living in Großgründlach ist ein führendes Fachgeschäft. Der Trend, erklärt Inhaber Ralph Friedrich, geht seit etwa 20 Jahren zum **„Wohnraum Garten mit Komfort“**. Es ist ein Wachstumsmarkt, der Umsatz mit Gartenmöbeln betrug in Deutschland im Jahr 2023 rund 1,5 Milliarden Euro. **hbö**