



Gemütliche Loungesofas,
die zum Faulenzen im
Garten verführen: Optisch
unterscheiden sich heutige
Gartenmöbel kaum mehr
von Inneneinrichtung.

Ab auf die Couch!

Mit Design und Qualität setzt Friedrich Living Akzente im heimischen Grün. Das Traditionsunternehmen hat mit exklusiven Gartenmöbeln den Wandel gemeistert. Statt Waschrögen sind heute Loungesofas gefragt.

Der Sommer wird grau. Diesen Eindruck könnte man gewinnen, wenn man Friedrich Living e.K. – Wohnen für drinnen & draußen betritt: Im ebenerdigen Bereich dominieren Loungemöbel mit Metall- oder Holzgestell und grauen, grau-blauen oder beige-farbenen Sitzbezügen. „Gefragt sind gedeckte Farben in vielen Grautönen. Die sind schmutzunempfindlicher“, sagt der 49-jährige Firmeninhaber Ralph Friedrich. „Akzente setzen die Kunden dann mit bunten Kissen.“ Oder mit türkisen Beistelltischchen, gestreiften Sitzkissen und farbigen Deko-Gläsern.

Seit 2013 gibt es Friedrich Living in der Wiesbadener Straße 47 in Großgründlach. Im Showroom auf rund 600 Quadratmetern zeigt das Unternehmen viele nationale und internationale Möbelmarken wie Manutti, Cane-Line, Rausch Classics oder Gloster. Auf einer zweiten, jedoch nicht die gesamte Ladenfläche überspannenden Ebene stehen Balkonmöbel. Schon von unten kann man einschätzen, wie sie sich wohl auf dem heimischen Balkon machen könnten. Weil Garteneinrichtung im Winter weniger gefragt ist, bauen Inhaber Ralph Friedrich, seine drei festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und bis zu vier Aushilfen zwei Mal im Jahr um. Im Februar kommen Sonnenschirme und Gartenmöbel zum Vorschein, Ende September gibt es vermehrt Kunstgegenstände aus Teakholz und Innenmöbel.

Bis 2015 war das Unternehmen in der Nonnengasse in der Lorenzer Altstadt beheimatet. Friedrich Living hieß damals noch Waschtrog Friedrich. Heute gibt es im ehemaligen Ladengeschäft in der Nürnberger Altstadt Kaffee und Kuchen statt Korbwaren und Teakholz. Ein Café ist eingezogen. Der rund 200 Quadratmeter große Waschtrog Friedrich war vor allem wegen seiner Korbwaren bekannt, außerdem gab es Teakholzmöbel, die gegenüber auf einer Ausstellungsfläche gezeigt wurden. Vor dem Einstieg in die Firma hat Diplom-Betriebswirt Ralph Friedrich in



einem großen IT-Unternehmen gearbeitet und gemerkt, dass er lieber sein eigener Herr ist. Deshalb hat er 2004 auch nicht lange gezögert, als sein Vater sich beruflich zurückziehen wollte und der Familienbetrieb anderenfalls verkauft worden wäre. „Die Familientradition konnte ich nicht einfach davonschwimmen sehen“, sagt er.

Familienunternehmer in sechster Generation: Firmeninhaber Ralph Friedrich.

Die Firmengeschichte der früheren Büttnerie reicht bis 1844 zurück. Nach dem Zweiten Weltkrieg erhielt Ralph Friedrichs Großvater Georg 1946 eine „Zulassung für eine Verkaufsstelle für Holzwaren und Haushaltsartikel“. Mitte der 1950er Jahre nahm Waschtrog Friedrich vermehrt Gartenmöbel ins Sortiment. „Mein Vater hat als einer der ersten in Bayern Teakholzmöbel eingeführt“, berichtet Ralph Friedrich. Und die Spezialisierung ging weiter. „Man kann heute keinen breiten Bauchladen mehr anbieten“, sagt der heutige Firmeninhaber in sechster Generation, der den Schritt von der logistisch schwierigen Innenstadtlage ohne Parkplatz an den äußersten nördlichen Rand Nürnbergs wagte.

Ralph Friedrich führt den von seinem Vater und Großvater eingeschlagenen Weg konsequent fort. Heute mache Friedrich Living rund 85 Prozent des Jahresumsatzes im Bereich Gartenmöbel, sagt er. Korbwaren und Geflochtenes gibt es nur noch wenig. Ein paar dekorative Körbe, einige Stühle. Vor allem hochwertige und exklusive Outdoor-Möbel zählen nun zum Kerngeschäft. Ralph Friedrich informiert sich vier bis fünf Mal im Jahr auf Fachmessen im In- und Ausland darüber, was aktuell angesagt ist. So zum Beispiel auf der „Maison & Objet“ in Paris, dem „Salone del Mobile“ in Mailand oder der „Ambiente“ in Frankfurt. Momentan ist auch Holz wieder gefragt. „Holz kommt und geht, ist aber nie wirklich tot“, sagt Friedrich.

Platz für Ideen: Im Showroom auf 600 Quadratmetern können sich Kundinnen und Kunden inspirieren lassen.

Ein genereller Trend der letzten Jahre ist der Garten als zweites Wohnzimmer. Wer es innen stylisch und bequem mag, möchte auch außen nicht auf einer Bierbank sitzen, sondern lümmelt lieber auf einem L-förmigen Loungesofa mit dunklem Aluminiumgestell und wetterfesten, taupefarbenen Polstern. Für Ralph Friedrich setzt sich damit eine Entwicklung fort – schon vor einigen Jahrzehnten musste die klassische Schrankwand im Wohnzimmer Platz machen für individuellere Lösungen. Wer es sich leisten kann, möbelt seinen Garten mehr und mehr auf. Laut dem Verband der deutschen Möbelindustrie investierten die Deutschen 2015 doppelt so viel Geld in Gartenmöbel wie vor zehn Jahren: insgesamt rund 2,8 Milliarden Euro.

Friedrich Living legt großen Wert auf individuelle Beratung – auch beim Thema Stoffe.

Im Gegensatz zu vielen anderen Nürnberger Traditionsbetrieben, die in den Neunziger- und Nullerjahren schließen mussten, hat das Unternehmen der



Familie Friedrich den Wandel geschafft – ohne auf den Zug Online-Handel aufzuspringen. Interessierte können sich aber im Internet einen Großteil des Sortiments ansehen und einen virtuellen Rundgang durch die Ausstellungsräume machen. Der Auftritt dient aber vorrangig als Inspirationsquelle, soll Interessenten neugierig machen und ins Geschäft locken. „Wenn Kunden die Möbel auf der Webseite bestellen könnten, würden sie anonym bleiben und ich wäre reiner Zwischenhändler“, sagt Ralph Friedrich. Eine Vorstellung, die ihm nicht gefällt.

Seinen Erfolg führt er nämlich ganz besonders auf eine Komponente zurück, die sich im Internet nicht bieten ließe: den Service. Der Chef berät gerne persönlich, häufig auch anhand mitgebrachter Skizzen oder Fotos. Bei größeren Aufträgen oder speziellen Wünschen fährt er auch zu den Kunden nach Hause, um dort ihre Gärten anzusehen, zu vermessen oder den optimalen Standort für den Sonnenschirm herauszufinden. „Wichtig ist, dass am Schluss alles passt“, sagt Ralph Friedrich. Deswegen endet der Kontakt nicht nach dem Verkauf und die Möbel werden nicht von fremden Speditionen angeliefert, sondern von einem insgesamt vierköpfigen Montageteam. Nicht selten fährt der Chef selbst mit – er kennt alle Stücke, hat sie im Laden schon aufgebaut.



Auf diese Service-Leistung führt Ralph Friedrich auch zurück, dass Friedrich Living inzwischen einen großen Kreis an Stammkunden hat. „Etwa drei Viertel der Käufer kommen wieder“, sagt er. Die meisten Kunden kommen aus Nürnberg, Fürth, Erlangen und dem Umland. „Rund 100 Kilometer um Nürnberg herum“, schätzt der Firmenchef. Weiter weg gebe es dann Konkurrenten mit einem ähnlichen Sortiment. Häufig sind Frauen die treibende Kraft beim Thema Einrichtung. „Sie setzen sich viel intensiver damit auseinander“, so Ralph Friedrich weiter.

Auf vielen Gebieten seien die Ansprüche gewachsen, erzählt er – nicht nur was Optik und Individualität angeht. Gartenmöbel für mehrere tausend Euro sollen langlebig sein, Farben dürfen nicht verblassen und der Sitzkomfort muss außen genau so gegeben sein wie innen. „Die Möbel müssen heute extrem viel aushalten“, sagt Ralph Friedrich. Im Außenbereich präsentiert er gepolsterte Sofas, die dort Wind und Wetter ausgesetzt sind – im Sommer wie im Winter. Was Gartenbesitzer daran schätzen: kein nerviges Rein- und Raustragen der Sitzbezüge mehr.

Die Qualität hat ihren Preis: Wer beispielsweise einen wetterfesten Designertisch mit einer Teakholzplatte und modernem pulverbeschichteten Aluminiumgestell mitsamt passender Stuhlanzahl möchte, gibt schnell 6 000 Euro aus, wird aber für Jahre bis Jahrzehnte keine neue Garnitur brauchen. Aber auch andere Anreize locken Kunden in den Laden: Im Sortiment hat Friedrich Living auch Lampen, Hängematten, Vasen oder Teakholz-Tablets. Außerdem gibt es der jeweiligen Jahreszeit entsprechend eingerichtete Präsentationen.



2016 wurde Friedrich Living vom Handelsverband Bayern als „Unternehmen des Jahres“ ausgezeichnet. Der Preis macht Ralph Friedrich sehr stolz, „weil sowohl die Historie als auch das, was jetzt ist, ausgezeichnet wurden“. Ob die Familientradition auch in Zukunft fortgesetzt wird, hängt von der beruflichen Orientierung seiner beiden Söhne ab. Ralph Friedrich möchte sein Unternehmen weiter verstärken und als nächstes einen Mitarbeiter einstellen, der sich ausschließlich um Auslieferungen und den Vor-Ort-Service bei den Kunden kümmert. Eine räumliche Expansion hat er mit Friedrich Living derzeit nicht im Sinn. Privat sei ein Umzug von der Innenstadtwohnung in ein Häuschen im Grünen vorstellbar, meint Ralph Friedrich, der Mann, der keinen Garten hat, aber einen Laden voller Gartenmöbel. ■

Akzente setzen: Ge-deckte Farben peppen Kunden mit Deko-Artikeln wie türkisfarbenen Windlichtern auf.



Berät Kunden und den Firmenchef: Ralph Friedrichs Lebensgefährtin Natascha Vogel.