

Mit Herz, Hirn und Fingerspitzengefühl: Waldemar Rott, Mechatroniker bei der Firma Lorenz Fensel, richtet das Zugband einer Jalousie. Er ist einer von zwölf Mitarbeitern, die in dem 1875 gegründeten Unternehmen täglich anpacken, um die Kunden vor zu starker Sonneneinstrahlung zu schützen. Allerdings sagt die Chefin: Mitarbeiter wie Waldemar sind schwer zu finden. Fotos: Netter



Von trockenen Wiesen und blühenden Geschäften

Rundfahrt der Kreishandwerkerschaft zeigt vier Familienbetriebe mit vier Geschichten, aber einem gemeinsamen Erfolgsrezept

VON NICOLE NETTER

Wie kann ein Betrieb seine jahrzehntelange Tradition fortführen, dabei aber mit der Technik Schritt halten und Billiganbietern trotzen? Vier Gewerbe, vier Familien und vier Geschichten haben das bei der Informationsfahrt der Kreishandwerkerschaft für sich beantwortet.

Wer die Werkstatt der Messerschleiferei Chesi in der Bindergasse betritt, atmet Geschichte. Streicht über die dunkle Werkbank, auf der Großvater Paolo schon im Jahr 1902 die Messer seiner Kunden geschliffen hat, über den Schraubstock, in den Sohn Victor Zangen zum Schärfen eingespannt hat. Und springt zur Seite, als Enkelsohn Paolo Chesi, der seit 1987 das Geschäft führt, eine Schleifscheibe anwirft, um seinen Gästen zu demonstrieren, wie er Stumpfes scharf macht. Seine Gäste sind Vertreter des Stadtrats und der Kreishandwerkerskammer sowie Oberbürgermeister Ulrich Maly. Sie sind an dem kühlen Herbstmorgen angetreten, um sich einen kleinen Eindruck von der Vielfalt des Nürnberger Handwerks zu verschaffen, von ihren Alltagsorgen und Erfolgsstrategien zu hören.

Ein Dorf wandert aus

Warum Paolo Chesi und seine Frau Antonella sich mit ihrem kleinen Laden gut gegen die Konkurrenz von Karstadt & Co. behaupten können, erschließt sich den Besuchern schnell, als der Inhaber zu erzählen beginnt. Jahrhundertalt ist das Wissen, das ihm den Unterhalt sichert. Seinen Ursprung hat es in dem italienischen Dorf Pinzolo, wo die Männer seit jeher im Sommer die Bergwiesen bestellen und im Winter mit ihren Schleifkarren in die Städte zogen. Als Ende des 19. Jahrhunderts die Wiesen aber nicht mehr einträglich zu bewirtschaften waren, versuchten die Familien außerhalb Trentinos ihr Glück. Mit ihrem Können im Gepäck schwärmten sie aus, in die USA, nach England. Die Chesis verschlug es nach Nürnberg.

Hier wollen sie auch zu bleiben. Hobbybrutzler, Profiköche und Jäger wussten sein Handwerk zu schätzen, sagt Chesi, und das bestätigte ihn. Einzigen etwas vernachlässigten Obst-



Einmal Macher, immer Macher: Seniorchef Heinz Fröhlich (3. v. li) zeigt OB Maly (2. v. re.) gemeinsam mit seinen Kindern Christine und Peter (v. li.) den Betrieb.

markt um die Ecke, so sagt er schmunzelnd in Richtung OB, könne man aufhübschen, um mehr Laufkundschaft zum Geschäft zu führen. Aber das sei ein Zuckerl, im Grunde sei er zufrieden. Vor allem, weil sein Sohn bereits bereitsteht, um die Messerschleiferei in vierter Generation zu führen.

Aus den Gassen der Altstadt heraus kutschiert der Bus seine Insassen nach Langwasser. Zurückversetzt in den Hof steht ein Gebäude, dessen Fassade mit einer Plane bespannt ist, die eine sommerlich anmutende Häuserfront mit Markisen zeigt. Das ist mehr als bloße Dekoration: Dahinter sitzt

die Firma Lorenz Fensel, die sich seit 136 Jahren auf den Verkauf von Jalousien und Rollläden spezialisiert hat. Anfangs stellte Schreinermeister und Firmengründer Lorenz Fensel noch Holzjalousien her, heute vertreiben Urenkelin Barbara Reichart, Kompagnon Frank Seelhorst und ihre zwölf Mitarbeiter Sonnenschutz aller Art.

Klagen will man auch bei Fensel nicht, die Auftragslage sei gut. Allerdings – kompetenten Nachwuchs zu finden, sei schwer. Ein Jahr habe es zuletzt gebraucht, bis ein Monteur gefunden war. Außerdem würde Reichart sich wünschen, dass die Stadt bei der Vergabe öffentlicher Aufträge mehr auf Qualität statt auf den Preis achtet, sagt sie in Richtung des OB. Der versteht die Bedenken. Allerdings sei die Stadt an die strengen Richtlinien des Vergaberechts gebunden – ob man nun wolle oder nicht.

Nichts zu kritisieren hat die Familie Fröhlich, als der Bus an der Gustav-Adolf-Straße am Parkplatz ihres Peugeot-Autohauses den Blinker setzt. Strahlend begrüßen Peter Fröhlich und seine Schwester Christine Fröhlich-Müller die Gäste in dem hellen Ausstellungsraum, stolz erzählen sie, was an drei Standorten in 50 Jahren unter Fröhlich'scher Federführung gewachsen ist. Sie heben gerade an zu berichten, wie der Marktanteil von Peugeot in Nürnberg auf über fünf Prozent gewachsen ist, als Fröhlich senior die Szene betritt. Ganz der Macher setzt er die Truppe in Bewegung und führt sie in die Werkstatt, wo aufgebockte Autos für den Winter besohlt werden; dann schreitet er ins Lager, erklärt, nach welchem System die 11000 Sortimente geordnet sind, klopft im Vorbeigehen seinem langjährigen Lageristen – einem von derzeit 60 Mitarbeitern – auf die Schulter.

Graue Eminenz packt mit an

Heinz Fröhlich ist heute 77 Jahre alt, dennoch sperrt er noch jeden Tag den Laden auf und wieder zu. Familie, sagt der weißhaarige Herr, sei das Wichtigste. Und gute Mitarbeiter.

Eine Ansicht, die auch einige Kilometer weiter in Gebersdorf, am Hauptsitz der Gebäudereinigungsfirma Dorfner, geteilt wird. Bewusst, so Kreishandwerksmeister Achim Hanisch, habe man für die Fahrt Betriebe unterschiedlicher Art und

Größe ausgesucht. Denn nur so werde die Vielfalt ersichtlich, die das Handwerk zu bieten hat.

Auch den Teilnehmern bleibt diese Erkenntnis nicht verborgen, als sie auf das große, graue Gebäude zugehen und den Geschäftsführern die Hand schütteln. Hernach präsentieren sie Innovationen wie Putzwagen aus dem Hause Dorfner, geben aber auch einen Abriss über die Firmengeschichte, die 1949 in Form eines kleinen Betriebes für Gebäudereinigung ihren Anfang nahm.

9000 Mitarbeiter

Heute beschäftigt die Dorfner Gruppe über 9000 Mitarbeiter, im vergangenen Jahr schrieb sie einen Umsatz von 179 Mio. €. Außerdem hat sich das Spektrum erweitert, längst schwingen Mitarbeiter nicht nur Mob und Staubtuch, auch macht das Unternehmen in Catering und Gebäudemangement inklusive Wartungs- und Sicherheitsdienst.

Noch unbekannter ist den meisten jedoch, dass Dorfner auch eine haus-eigene Tochter für Werbemittel betreibt. Und so staunt die Gruppe, als sie durch lange Gänge in einen Raum geführt wird, der über und über voll ist mit Bällen, Tassen, Stiften, Taschen und was es sonst noch an Dingen gibt, die das Logo eines Unternehmens tragen können. Zehn Mitarbeiter sind in diesem Bereich beschäftigt, gefertigt wird vor allem in Asien.

Breit aufgestellt zu sein und sich vor allem der Qualität und der Zuverlässigkeit zu verpflichten, dass sei das Erfolgsrezept, ist sich Geschäftsführer Karlheinz Rohrwild sicher. Er blickt optimistisch in die Zukunft, auch wenn immer mehr Billiganbieter in den Markt drängen.

Damit entspricht er dem Tenor jener, die sich bei der Rundfahrt präsentieren. Auch Kreishandwerker Harnisch sorgt sich nur bedingt um die Zukunft seiner Zunft: „Freilich gibt es auch hier schwarze Schafe. Aber ich bin sicher, dass jene, die ihre Arbeit anständig machen, unsere Fahnen hoch halten. Und dass wir uns so weiter gegen Billiganbieter durchsetzen werden.“

Redaktion: Nicole Netter
Telefon: (09 11) 2 16 25 17



Schleift Messer mit dem Wissen seiner Vorväter: Paolo Chesi ist bereits der Dritte in seiner Generation, der in Nürnberg für die richtige Schärfe sorgt. Bereits zuvor in Italien waren es die Männer der Familie, die in die Städte ausschärmten, um mit den Schleifkarren den Unterhalt zu sichern. Das rechte Foto zeigt einen Mitarbeiter, der bei der Dorfner Gruppe für den Bereich Werbemittel zuständig ist.