

AW

Architektur
& Wohnen

Insel der
Kreativen

**MALLORCA NEU
ENTDECKEN**

Zum Entspannen

**DIE SCHÖNSTEN
OUTDOORMÖBEL**

36 Seiten
SPECIAL
**WELLNESS-OASE
GARTEN**

AW-Dossier
Design –
was bringt
die Zukunft?

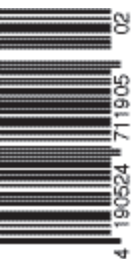
Wohnen mit der Natur

P (cont) 15,30 €
F 15,30 €
DK 119,95 dkr

Benelux 13,50 €
E 15,30 €
I 15,30 €

D 11,90 €
A 12,90 €
CH 22,90 sfr

Architektur & Wohnen
Ausgabe 2/2023
März / April



WOHNEN MIT DER NATUR

Raumkonzepte zum Durchatmen



„WIR SIND NICHT MEHR SO LAUT“

Zwei Generationen, viele neue Ideen, eine Familiensache: Norbert Bretz und Carolin Kutzera, die Führungskräfte der Sitzmöbel-Marke Bretz, sprechen über Veränderungen im Wohnzimmer. Und auch bei sich selbst

Interview UWE KILLING

In Ihrem Unternehmen hat die Doppelspitze schon Tradition. Herr Bretz, nachdem Sie das Unternehmen gemeinsam mit Ihrem Bruder Hartmut geleitet haben, hat vor fünf Jahren Ihre Nichte Carolin Kutzera seine Nachfolge angetreten. Wie kommen Sie miteinander aus?
Norbert Bretz: Wir vertrauen uns komplett. Wenn zum Beispiel ein neuer Geschäftsführer von außen kommen würde, müsste man das erst aufbauen.

Carolin Kutzera: Wir wissen, dass wir uns in schwierigen Situationen aufeinander verlassen können. Man kennt die Stärken und auch alle Macken des anderen. Vor allem erhalte ich eine ehrliche Antwort. Und das hilft, schnell voranzukommen.

Von den Bretz-Brüdern hieß es in der Branche, dass sie untereinander eine ausgeprägte Streitkultur gepflegt haben. Setzen Sie das fort?

Carolin Kutzera: Ich bin 2009 zunächst im Kreativteam eingestiegen. Da konnte ich mich bei den Auseinandersetzungen der Brüder schon einbringen. Das war eine gute Übung. Norbert ist sehr beharrlich. Genau wie ich. Es wird zwischen uns nichts in Harmonie-Watte gepackt. Wir schreien uns aber nicht an, es sind eher lebendige Diskussionen. Und wir finden dann immer eine Lösung.

Bevor Sie im Familienunternehmen eingestiegen sind, hat es Sie zunächst weggezogen, nach Paris und Mailand zum Studium, in London haben Sie für eine Modemarke gearbeitet. War dieser Umweg wichtig für Sie?

Carolin Kutzera: Ich bin meinen eigenen Weg gegangen, hatte nie das Gefühl, ins Unternehmen gedrängt zu werden. Als ich aus London zurückkam, ermutigte mich mein Vater, mal bei einer Kollektion mitzumachen.

Norbert Bretz: Man sollte in jungen Jahren möglichst viel von der Welt sehen. Nach meinem Studium habe ich den Rucksack gepackt und bin ein Jahr allein unterwegs gewesen. Die vielen Herausforderungen, aber auch die Gefahren, denen man sich aussetzt, sind elementare Erfahrungen. Und sie sind wertvolles Kapital für die Arbeit.

Carolin Kutzera: Auch die Reise- lust und der Abenteuerdrang verbinden uns. Mit meinem Mann war ich viel mit dem Zelt unterwegs. In Argentinien, Chile, Thailand. Ich erinnere mich zum Beispiel, als wir uns auf Island nach einer langen Wanderung in eine heiße Quelle

gesetzt haben. Das sind intensive Momente, in denen man die Rohheit der Natur spürt. Zurzeit ist das Reisen nach hinten gerückt. Ich habe im vergangenen Jahr Zwillinge bekommen. Eine wunderbare neue Erfahrung. Die beiden Töchter strukturieren den Tag gerade anders, aber ich bin sicher, dass wir sie schon bald auf Reisen mitnehmen.

Bretz-Sofas sind geprägt von organischen Formen und Inspirationen aus der Natur. Es gibt auch direkte Bezüge zu Farbwelten des Meeres. Hier erkennt man den leidenschaftlichen Taucher Norbert Bretz, oder?

Norbert Bretz: Ich habe das Tiefseetauchen extrem und waghalsig betrieben – vom hintersten Borneo bis zu den Galapagosinseln. Seitdem ich Vater bin, mache ich das aber nicht mehr. Es gibt genug andere Dinge zu entdecken, zum Beispiel Kajakfahren auf Vancouver Island.

„True Characters“ lautet der Werbecclaim von Bretz. Wie würden Sie Ihren Partner beziehungsweise Ihre Partnerin in der Geschäftsführung beschreiben?

Carolin Kutzera: Norbert ist ein offener, kreativer, bisschen verrückter Typ, der gleichzeitig etwas sehr Nahbares hat.
Norbert Bretz: Für mich ist Carolin auch keine typische Managerin. Was Sie mir allerdings voraus hat, ist ihr Multitasking-Talent.

Wie verlief der Wechsel aus der Designabteilung in die Führungsebene?

Carolin Kutzera: Man kann Management auch kreativ angehen,

Foto: Thomas Rabsch

Die Möbelmarke Bretz

Das Familienunternehmen wurde 1895 von Johann Bretz im rheinhessischen Gensingen gegründet, es wuchs vom Matratzen- zum Möbelhersteller. Ab 1992 positionierten die Brüder Hartmut und Norbert Bretz die Firma neu mit Sofas im Pop-Design. Für Hartmut Bretz rückte 2018 dessen Tochter Carolin Kutzera in die Führung auf. Die ausgebildete Designerin leitet zusammen mit Norbert Bretz die manufaktuelle Bretz Wohnräume GmbH (95 Beschäftigte, Jahresumsatz: 20 Millionen Euro).



**„ICH FINDE, DASS BRETZ WEIBLICHER GEWORDEN IST.
IM DESIGN WIE IN DER STRUKTUR.“**

NORBERT BRETZ

finde ich. Dazu gehört, ein gutes Team aufzubauen und offen für Anregungen zu sein. Das heißt: flache Hierarchien und vielseitiger, wertvoller Input. Von der Produktionsleitung bis zum Vertrieb, und auch die Idee der Praktikantin oder des Praktikanten wird gehört. Norbert Bretz: Wir reden ständig. Ich bringe natürlich meine Erfahrung ein. Ich sage auch schon mal, wenn es zu langweilig wird.

Wann wird es zu langweilig?

Norbert Bretz: Wenn es zu wenig eigenständig, sinnlich, farbig, mutig und experimentell ist – eben die unverwechselbaren Attribute von Bretz.

Vor 30 Jahren waren die ersten Auftritte der Bretz-Brüder vor allem ziemlich frech: zwei junge BWL-Studenten, die den in die Krise geratenen elterlichen Betrieb mit Sofas in schrillen, poppigen Outfits belebten.

Norbert Bretz: Das waren die Sitzmöbel für die aufkommende Internet-Generation. Extrem erfolgreich, aber mit dem Crash

Sanft sitzen

Das neue Bretz-Modell „Balao“ (portugiesisch für Ballon): modulare, Sitzlandschaft mit weichem Jacquard-Bouclé-Gewebe

der New Economy kam uns diese Käuferschaft abhandeln. Hinzu kam, dass Billigmarken das Segment „Junges Wohnen“ besetzten. Da wir mit der Produktion nicht ins Ausland gehen, sondern die Arbeitsplätze in Gensingen erhalten wollten, mussten wir uns etwas einfallen lassen. So wurde die Revolution zur Evolution: Als wir 30 waren, haben wir Möbel für 30-Jährige gemacht. Jetzt machen wir Möbel mit einem hohen Qualitätsanspruch für Menschen zwischen 40 und 60.

Carolin Kutzera: Wir sind nicht mehr so laut, sondern sinnlicher und fantastischer. Ein Bretz-Wohnmöbel ist nie rein funktional, sondern ein Objekt, das eine emotionale Geschichte in sich trägt und dadurch eine Aura ausstrahlt.

Norbert Bretz: 90 Prozent unserer Sofas sind tief. Und der Erfolg der Marke Bretz zeigt,

dass es heute normaler geworden ist, dass man sich auch auf einem teuren Sofa herumfläzen darf. Man sitzt nicht nur und empfängt, sondern lebt auf seinem Sofa. Unser bevorzugtes weiches Material Velours hat nicht nur diesen edlen schimmernden Look. Es ist auch langlebiger als zum Beispiel Leder, auf das wir schon seit Jahren verzichten. Carolin Kutzera: Unser Kern wird immer das Thema Sitzen sein, und wir erweitern unsere Designwelt mit Teppichen, Esstischen und gepolsterten Stühlen. Das entspricht auch dem Trend, dass sich Küche und Wohnwelt immer stärker vermischen, verbunden mit der Sehnsucht nach haptischen Erlebnissen.

Ist Bretz weiblicher geworden?

Carolin Kutzera: Bei Bretz gab es auch früher keine patriarchalischen Strukturen. Derzeit ist das Geschlechterverhältnis in der Belegschaft ziemlich ausgeglichen, in den Führungspositionen gibt es sogar mehr Frauen. Female Empowerment liegt mir sehr am Herzen. Und bei Branchentreffen fällt schon auf, dass ich oft zu den wenigen Frauen gehöre. Da müsste sich noch mehr bewegen.

Norbert Bretz: Ich finde, dass Bretz weiblicher geworden ist. Im Design wie in der Struktur. Sechs der sieben Bretz-Stores werden von Frauen geführt.

Steht die nächste Bretz-Generation schon bereit?

Norbert Bretz: Meine Söhne sind jetzt 15 und 19. Sie können machen, worauf sie Lust haben. Aber ich gebe zu: Mit meinem Söhnen noch etwas gemeinsam im Familienbetrieb zu realisieren, ist eine schöne Vorstellung. —