

120 Jahre und kein bisschen grau: Die Polstermöbelmacher von Bretz geben sich heute farbenfroher und jünger denn je. **H.O.M.E.** sprach mit Co-Eigentümer Hartmut Bretz anlässlich des Jubiläums über die bewegte Geschichte der Kultmarke – und die Freude am schrillen Design

INTERVIEW SANDRA PISKE
FOTOS ALEX DWYER, BRETZ

Ihr Unternehmen feiert den 120. Geburtstag. Sie und Ihr Bruder Norbert sind seit 25 Jahren dabei – seitdem hat sich die Linie deutlich verändert. Wie stark war damals das Gefühl, der von den Großvätern eingeschlagenen Linie treu bleiben zu müssen?

1991 entschied ich mich, eine gut dotierte Karriere als Human-Resource-Manager in München hinter mir zu lassen. Ein Moment der Neuorientierung, der Unsicherheit, mehrere Jobangebote: Was wäre jetzt gut für mich? Und dann ruft die lange Firmentradition von Bretz. Die Urgroßeltern und Großeltern lebten zwar nicht mehr, aber irgendwie saßen alle am virtuellen Tisch zusammen. Das muss man wissen, wenn man in das Unternehmen der eigenen

UMGEDACHT Bretz interpretiert die gute alte Eckbank vollkommen neu – und tauscht harte Holz Sitzflächen gegen eine Bretz-typische, kuschelig-samtige Polsterung aus



**„AUF DEN PUNKT
GEBRACHT:
MINIMALISM KILLS!“**

Familie einsteigt. Es gab also eine „Linie“, die mich in Beschlag nahm und bis heute nicht mehr loslässt. Diese Linie geht sogar so weit, dass mit Carolin Kutzera als Head of Design schon die nächste – die fünfte – Generation das Unternehmen aktiv mitgestaltet.

Wann muss man ein Erbe respektieren und weiterführen, wann und wo muss man umdenken und modernisieren?

Nun, was heißt eigentlich Erbe? Die Linie des Familienunter-

nehmens Bretz war immer von Brüchen und Neuausrichtungen geprägt. Urgroßvater Johann hatte mit Drahtgeflechten und Matratzen Erfolg. Großvater Alexander fing nach dem 1. Weltkrieg von vorne an, setzte auf Polstermöbel und hatte damit Erfolg. Und nach dem 2. Weltkrieg – wieder war alles kurz und klein gebombt – bauten unser Vater Karl-Fritz und seine Geschwister Martha und Hanns-Heinrich das Unternehmen neu auf und führten es zu unglaublichen Erfolgen. Sie erfanden so revolutionäre Konzepte wie in den 60ern das erste funktionierende industriell hergestellte und breit vermarktete Bettsofa oder in den 70ern die über viele Jahre so erfolgreichen Sichtholzgestell-Polstermöbel mit der berühmten Eiche rustikal als Speerspitze.

Von Eiche rustikal sind Sie heute meilenweit entfernt ...

Das Bretz-Erbe sind für mich heute der rheinhessische Standort Gensingen, die ausgeprägte Handwerkstradition und das Geschick, Neues, nie Dagewesenes in Erfolg umzusetzen. Die Bretz-DNA verpflichtet also schon aus sich selbst heraus zum Umdenken, zum Bruch.

Mitte der 80er-Jahre stand das zuvor erfolgreiche Unternehmen Bretz vor dem Konkurs. Was war schiefgelaufen?

Es war eine traumatische Zeit für unseren Vater, seine Geschwister und die ganze Familie. Ein rasanter Abstieg von einem berauschenden Erfolg. Das drittgrößte Polstermöbelunternehmen Europas kam in Probleme und verschwand innerhalb von fünf Jahren ganz. Fehler der Geschwister, die sich nicht über Lösungen verständigen konnten. Grobe Fehlentscheidun-

gen von Land, Banken und Mitarbeitern, die die Familie aus der aktiven Teilhabe entfernten und das Unternehmen beschleunigt in den Konkurs trieben.

Welche Lehre ziehen Sie und Ihr Bruder daraus für die Zukunft?

Wir haben die Führung des Unternehmens untereinander nicht wie die Generation vor uns funktional aufgeteilt, also beispielsweise in Verkauf, Produktion und Finanzen. Stattdessen haben wir die Führung dieser Bereiche in die Hände kompetenter Führungskräfte gelegt. Wir selbst fungieren gewissermaßen als „Board“. Dadurch haben wir selbst die Freiheit, Projekte voranzutreiben, die das Unternehmen als Ganzes betreffen. Und dies durchaus in Konkurrenz miteinander. Jedes Jahr betreuen wir die Entwicklung neuer Designs, bilden im Unternehmen quer durch alle Bereiche „Koalitionen“, die um das erfolgreichste neue Design kämpfen.

Ein Gegeneinander fürs bessere Miteinander?

Große Entscheidungen treffen wir gemeinsam, kleinere auch allein. Diese Freiheit nehmen wir uns, es macht Spaß, sich zu beweisen. Als Brüder werden wir nicht müde, miteinander um die bessere Lösung zu ringen, gnadenlos! Aber wenn es ums Eingemachte geht, halten wir zusammen.

Ihr Vater baute Bretz gegen alle Widerstände wieder auf. Sie und Ihr Bruder hatten BWL studiert und waren eigentlich auf anderen Pfaden unterwegs. Wie köderte er Sie dennoch? Sie sollen ihm ein Versprechen abgenommen haben ... Letztendlich hatten mein Bruder Norbert und ich 1987 das neue Unternehmen gegründet, waren



JOHANN BRETZ
gründete 1895 das Unternehmen

HARTMUT BRETZ
führt gemeinsam mit seinem Bruder Norbert seit 1991 Regie bei der Entwicklung des bunten Spektrums an Sofas & Co.



**FÜR
IMMER
BUNT**



„WIR WOLLEN MENSCHEN AUS IHRER EINÖDE HERAUSFÜHREN“

SCHRILL Schon in den 70er-Jahren bewies Bretz viel Mut zu Farbe und Mustern

also schon Gesellschafter. Unser Vater hat es aber drei Jahre lang nicht verstanden, uns aktiv in das tägliche Geschäft hineinzuziehen. Aber - ich sagte das ja schon - starke Traditionen entwickeln eine gewisse Zugkraft, und so öffnete ich mich in einer beruflichen Umbruchsituation dafür. Eher im Spaß sagte ich zu meinem Vater: „Wenn du mit dem Rauchen aufhörst, fange ich am 1. Juli an!“ Und so kam es dann auch.

Haben Sie den Schritt je bereut?

Es gibt immer ein Kokettieren mit dem „Was wäre wenn?“. Wenn ich in München geblieben wäre? Wenn ich weiter in einem großen Unternehmen oder bei einem der renommierten Berater Karriere gemacht hätte? Immer wenn es nicht ganz so gut läuft, kommen die Zweifel. Das ist wohl menschlich. Und: Hätte es nicht tatsächlich anders kommen können? Was wäre, wenn mein Vater damals nicht mit dem Rauchen aufgehört hätte?

Bretz ist seitdem viel farbiger und ausgeflippter geworden. Wie kam es zur coolen Buntheit?

Sie glauben nicht, wie bunt die 60er- und 70er-Jahre bei Bretz waren ... Aber Sie haben recht, 1995 präsentierten wir auf der

Möbelmesse in Köln ein Programm, das den Mief der Vorjahre hinter sich ließ. Es war aber nicht nur ein Befreiungsschlag gegen die Gewohnheiten in der Familie, sondern auch gegen die ganze Branche. Sofas mit silbernen und goldenen Tatzen, Bezüge in allen Farben des Spektrums, besonders auch in Zebra und Leopard, die bis heute im Programm sind. Und wir machten die immense Sitztiefe von über 100 Zentimetern salonfähig, noch heute profitieren wir davon.

Gab es in der Möbelbranche Widerstände?

Wir sahen Menschen, die vor unseren Designs standen und aus dem Staunen nicht mehr herauskamen. Sie erlebten körperlich, mit allen Sinnen, wie sich ihr Leben zu Hause ändern könnte, wenn sie sich für Bretz entscheiden. Nicht mehr angepasstes Dazugehören würde sie bestimmen, sondern die Verwirklichung ihres individuellen So-Seins. Wir erlebten aber auch Design-Meinungsführer, die ihr Unwohl-fühlen mit den schrillen Designs nicht verbargen und unsere Kollektionen boykottierten. Lange Zeit konnten wir nicht mit der Akzeptanz des Establishments unserer Branche rechnen.

Brauchte es viel Mut, Liebe und Living auf Bretz-typische Art miteinander zu verbinden?

Wir machten doch nur das, woran wir selbst Spaß hatten. Wie wollen wir selbst wohnen? Was würde uns selbst gefallen? Wenn wir uns schon für ein selbstständiges Unternehmersein entschieden hatten, dann wollten wir uns genau dieses nicht nehmen lassen. Im zweiten Schritt kommt der missionarische Eifer dazu. Wir wollen Menschen aus ihrer grau-beige-kubischen Einöde herausführen - ins pralle Leben. Wir wollen, dass Menschen ein Lächeln auf den Lippen haben, wenn sie ihr Wohnzimmer betreten. Der Funke soll überspringen! Wir wollen, dass Menschen eine Beziehung - eine Liebe - zu ihren „Sofa-Characters“ entwickeln. Und sie tun es. Bretz-Sofas, -Betten, -Tische, ja sogar unsere Zierkissen sind für viele lebendige Persönlichkeiten geworden: „True Characters“ - wie unser Claim sagt -, die kommunizieren, mitfeiern. Die zuhören können und manches Mal auch trösten.

Unter eingefleischten Minimalisten gab es sicherlich Skeptiker ...

Architekten und Designer haben ja den Minimalismus geschaffen. Sie wollten sich zu Hause ein Refugium schaffen, jenseits des Formen- und Farbenreichtums ihres Berufs. Ähnlich wie die Buddhisten, die einen schwarzen Punkt auf eine weiße Wand aufbringen, um sich auf das Eine konzentrieren zu können. Aber für viele von uns ist es doch der Alltag, der grau und eintönig ist. Und wie schön ist es dann, ein Zuhause voller besonderer Farben und Formen zu haben, mit meiner eigenen Handschrift, voller Herzlichkeit und Lebensfreude. Das haben sich viele zu eigen gemacht, die heute Fans der Marke Bretz sind, auch schon seit mehreren Produkt-Generationen. Die selbst ernannten „Hüter des guten Geschmacks“ haben wir noch nicht flächendeckend überzeugen können, aber wir sind auf gutem Wege!

Hat Sie negative Kritik beeinflusst? Wenn ja, wie?

Natürlich lässt uns Kritik nicht kalt. Aber was sollen wir tun? Hier stehen wir und können nicht

POLSTERMÖBEL zum Verlieben - geradezu romantisch war der Claim des Labels auf der Kölner Möbelmesse 1972





„WIR SCHAUEN STÄNDIG UND UNGEDULDIG NACH VORNE“

DREI GENERATIONEN

Hinten: Vater Karl-Fritz Bretz und Meike Steinberg; ihr Mann Norbert, Erika und Hartmut Bretz (Mitte), vorne Erikas Tochter Carolin Kutzera. Sofa: „Ohlinda“

POPPIG 1997 fangen die Bretz-Brüder das Lebensgefühl des Jahrzehnts mit dem Modell „Pool“ und knallbunten Kissen-Männchen ein



anders ... Mittlerweile definieren wir uns sogar über dieses „Wider den tristen Mainstream“. Wenn Avantgarde nicht berührt - also nicht im besten Sinne des Wortes „wehtut“ -, dann kann sie die Menschen nicht zu ihrem neuen Glück führen!

Inzwischen haben Sie selbst minimalistische Entwürfe im Programm ...

Das betrachte ich zunächst einmal als Affront. Für mich bedeutet das minimalistisch-modernistische „less is more“: Alles wird auf das absolut Notwendige reduziert, die Funktion. Außen vor bleiben Gefühle - weil überflüssig -, auch das Überschäumende, manchmal Übertreibende. Alles wird reduziert auf die Nicht-Farben

Schwarz, Weiß und die Grautöne dazwischen. Alles ist dann kühl, distanziert, elitär. Man soll sich an seinen Möbeln nicht in ein paar Monaten satt-

gesehen haben. Ich würde sagen: Minimalistisches Design fordert nicht nur nicht heraus - es wird von Anfang an gar nicht gesehen. Es fällt nicht auf, ist betont „bescheiden“ - auch im umgangssprachlich negativ besetzten Wortsinn. Minimalismus saugt alles Lebendige, alles Menschliche aus unserem Wohnumfeld heraus. Auf den Punkt gebracht: MINIMALISM KILLS!

Aber es gibt schon auch schlichte Bretz-Modelle!

Der postmoderne Architekt Robert Venturi formulierte das Credo: „More is not less. Less is a bore.“ Und dem folgen alle unsere Entwürfe. Entweder ist die Form jenseits des rechten Winkels oder man sitzt extrem niedrig oder mit extremer Sitztiefe oder die Polsterung ist sehr üppig - etwa mit Knöpfen und tiefen Einzügen handwerklich veredelt - oder die Farben des Bezugs sind sehr, sehr lebendig. Emotion pur!

Einige Ihrer Möbel wurden zu Stil-Ikonen. Bretz wohnt immer auch eine gewisse Jugend inne. Welche Verbindung besteht zwischen Stil-Ikonen und Jugend?

Um eine Stil-Ikone zu werden, hilft es, (mindestens) eine tiefe Sehnsucht zu stillen. Ewige

Jugend - forever young - ist so eine tiefe Sehnsucht im Menschen. Was tun wir nicht alles, um möglichst lange jung auszusehen oder - etwas tiefschürfender - um uns selbst möglichst lange jung zu fühlen? Mit einer Stil-Ikone von Bretz fördern wir die Erfüllung genau dieses tiefen Wunsches, nach außen wie nach innen. Und damit wird dieser True Character gewissermaßen Teil unserer Persönlichkeit, unserer Selbstdefinition, bekommt damit ikonischen Charakter. Eine andere Bretz-typische ikonische Sehnsucht ist der tiefe Wunsch, mich selbst jenseits der Norm, jenseits des „guten Geschmacks“ auszuleben. So zu sein, wie ich bin. Vielleicht will ich mein Leben auch ganz einfach nach dem ausrichten, was mir Spaß macht. Was mir hierbei - nachhaltig - hilft, was mein Leben verändert, wird für mich zur Ikone.

An runden Geburtstagen schaut man gerne zurück - aber auch nach vorne. Wie geht das Spiel von Erbe und Modernität bei Bretz weiter?

Es versteht sich von selbst ... Unser jeweils nächstes Design wird immer - zumindest in unserer Vorstellung - das beste je dagewesene sein! Wir schauen ständig und ungeduldig nach vorne. Sind selten zufrieden. Das mag für unser Umfeld zuweilen nervig sein, aber das kreative Spiel von Erbe und dem Bruch mit demselben liegt ja seit nunmehr 120 Jahren - und wer weiß, wie lange davor schon? - in der Bretz-DNA. Sehen Sie sich unser neuestes Design der Collection 2016 an: Die Designstudentin Lisa Herzog interpretiert für Bretz die klassische „ECKBANK“ neu. Kulturelles Erbe also, anmaßend (post-) modern interpretiert - mit großer Sitzfläche und verschnörkeltem Hippiedesign der 70er-Jahre. Die Eckbank war schon immer Treffpunkt für die ganze Familie - und das wird sie in dieser Form ganz sicher noch viel mehr! Gewissermaßen die Stunde null, eine Neudefinition für die wahren Fernsehhabende, Familienkonferenzen oder Feste im Freundeskreis und die Nacht und den Morgen danach. Wenn das nicht typisch Bretz-Ikonen-verdächtig ist ...

STECKBRIEF

Bretz. 1895 gründet Johann Bretz die Matratzenfabrik Bretz in Gensingen bei Mainz. Johanns Sohn Alexander Bretz erweitert das Sortiment 1928 um Polstermöbel. In den 60er/70er-Jahren fügt die Enkelgeneration dem Sortiment Designinnovationen wie das erste Bettsofa hinzu. 1991 übernehmen Hartmut und Norbert Bretz, die Urenkel von Johann, die Führung des Unternehmens. Sie erweitern die Symbiose aus Komfort und Designinnovationen um eine künstlerische Komponente.