

Rein in die Komfortzone

Wenn das Sofa zum Kult wird: Im Talk mit Norbert Bretz über die höchst entspannende Geschichte seines Familienunternehmens.

Ganz Deutschland, zumindest die Möbeldesign- und Architekturszene, liegt 2019 im Bauhaus-Fieber. Geleitet wird das Hundertjahrjubiläum einer Bewegung, die für das Geradlinige, sachlich Nüchtere und Funktionale im Wohnbereich steht. Eine Wohnwelt, die nicht gerade ideal für Menschen ist, die das Kuschelege, Anheimelnde im Zuhause suchen. Die ein Sofa vor allem nach seinem Relaxfaktor beurteilen. Wie Norbert Bretz beispielsweise, der es sich gerade auf einem extra voluminösen Sofaprachtstück mit dem bezeichnenden Namen Cloud 7 bequem gemacht hat. Wobei: Bequem ist hier nicht ganz zutreffend. Fans des deutschen Möbelbauers Bretz wissen, dass ein jeder mit einem voluminösen Bretz-Sofa quasi verschmilzt, eine relaxte Einheit bildet. Viele sitzen nicht auf einem Bretz-Sofa, sie lassen sich fallen, werden plötzlich ganz gelassen. Genauso entspannt wie Norbert Bretz, das derzeitige Oberhaupt des Familienunternehmens aus dem rheinhessischen Gensingen, der mit seinen fast schulterlangen Haaren ein bisschen so wirkt, als wäre er in Kalifornien in der Surferszene besser aufgehoben. Die Bretz-Welt also, die könnte doch nicht weiter von Bauhaus entfernt sein? Da trennen doch nicht nur 100 Jahre, da liegen ganze Gestaltungswelten dazwischen? Norbert Bretz kontert da ganz gelassen von seinem Relaxposten auf dem Cloud 7: „Farbstarke, radikale Künstler wie Itten, Klee, Schlemmer und Kandinsky lehrten in der frühen expressiven Phase des Bauhauses in Weimar. Die Einheit von Kunst und Handwerk und die Kreativität des individuellen Menschen standen wie heute bei

Bretz im Vordergrund. Erst nach dem Umzug nach Dessau entstand das an Funktion, Technik und Industrie orientierte Bauhaus der Moderne, das viele heute ausschließlich kennen.“ Und wenn Norbert Bretz schon mal dabei ist, die frühe Seelenverwandtschaft von Bauhaus und Bretz zu erläutern, dann kommt auch noch der mit leichtem Understatement vorgetragene Hinweis auf die eigene Firmengeschichte. Eine 124 Jahre alte mittlerweile.

TSCHÜSS, EICHE RUSTIKAL

Den stilistischen Quantensprung, den Bretz vollzogen hat, vom ehrwürdigen Möbelbauer zum Kultsofa-Erzeuger, wissen die Kunden doppelt zu würdigen, spätestens wenn sie die Entstehungsgeschichte des Familienunternehmens hören. Bretz ist heute noch immer im Geburtsort des Unternehmens verwurzelt: Gensingen, eine Gemeinde im Landkreis Mainz-Bingen in Rheinland-Pfalz. Hier gründet 1895 Johann Bretz die Matratzenfabrik Bretz. Johanns Sohn Alexander Bretz erweitert das Sortiment 1928 um Polstermöbel. Nach dem Zweiten Weltkrieg stellen Karl-Fritz und seine Geschwister Martha und Hanns-Heinrich das Unternehmen neu auf und führen es zu neuen Erfolgen. Sie erfanden so revolutionäre Konzepte wie in den Sechzigern das erste industriell hergestellte und breit vermarktete Bettsofa oder in den Siebzigern die über viele Jahre so erfolgreichen Sichtholzgestell-Polstermöbel mit der berühmten Eiche rustikal als Speerspitze. 1991 übernehmen dann Hartmut und Norbert Bretz, die Urenkel von Johann, die Führung des Unternehmens. Ihre Stra-



LUXURIÖSER RELAXEN
Das supervoluminöse Sofa Drop City (oben) verdankt seinen Namen der ersten Hippiekommune im Kalifornien der 60er-Jahre. Im Bild links: Norbert Bretz' Sofafavorit Cloud 7.

MASTERMIND MIT KNAUTSCHZONE

Norbert Bretz führt das Familienunternehmen in ganz neue Relaxwelten, in denen Möbel (etwa das Bett Ohlinda) wie Urlaub sind.



tegie: Schluss mit Unlustig, Eiche rustikal wird ins Altenteil geschickt. Sie erweitern die Symbiose aus Komfort und Designinnovationen (nach einem kurzen Abstecher ins jugendliche Billigsofasegment) um eine künstlerische Komponente. Die Erfolgsära der Bretz'schen Kultsofas bricht an.

DIE RELAX-DNA

Was fortan die DNA von Bretz ausmacht? Norbert Bretz antwortet mit einem Bonmot: „D-esign N-onkonformität A-usdruck, gepaart mit einer langen Tradition.“ Zur Tradition gehört, dass Bretz seit 124 Jahren ungelogen behaupten kann: „Unsere Produkte sind Made in Germany.“ Die kultigen Bretz-Sofas werden von Hand in Gensingen gefertigt – und zwar komplett. Was die 90 Handwerker in Gensingen besser können als chinesische Facharbeiter beispielsweise? Norbert Bretz lächelt milde: „Unsere Handwerker blicken auf eine über 120-jährige Tradition zurück, die von Generation zu Generation weitergegeben wurde.“ Hier, Norbert Bretz verlässt kurz die Relaxposition des Cloud-7-Sofas, mache er keine Kompromisse in Sachen Qualität. „Unsere Handwerker entwickeln gemeinsam mit dem Designteam und der Geschäftsleitung Produkte, die die Norm sprengen.“ Dazu benötigt es eigentlich nur Mut, andere Wege zu gehen – Regeln zu brechen. Also

die permanente Revolution, aber stets in der Familie. Denn das führe, sagt Norbert Bretz, zu einem kreativ-disruptiven Diskurs, bei dem sich jeder einbringen dürfe und die beste Idee gewinne. „Entscheidungen werden bei Bretz recht zügig getroffen, was uns ziemlich agil macht. Wir blicken auf eine lange Familientradition und stehen mit Herzblut hinter unseren Produkten.“

EIN HANG ZUR BEQUEMLICHKEIT

Doch welcher Einrichtungstyp ist der typische Bretz-Käufer? Norbert Bretz weiß aus seiner Marktforschung, dass Menschen, die Lust auf Andersartigkeit haben und sich trauen, diese bei sich einzuziehen zu lassen, den Erfolg von Bretz ausmachen. Diese Lust auf Andersartigkeit ist das Biotop, in dem die Bretz'schen Ideen gedeihen. Eine Welt, in der jedes Sofa superbequem ist und auch so aussieht. „Selbst die eher eckigen Sofas haben bei uns umschmeichelnde Rundungen“, erklärt Norbert Bretz. Zusammen mit dem Bequemlichkeitsfaktor ist jedes Bretz-Sofa extrovertiert und strahlt Lebensfreude aus. Die starken Farben und das Überraschende bewirken häufig, dass sich Kunden in ein Sofa „verlieben“. Kein Wunder, denn Bretz-Möbel sind „True Characters“, Charakterköpfe eben. „Bei jedem Sofa kann man sich zwischen über 169 Stoffen verschiedener Farbnuancen und Muster entscheiden“, so der 53-Jährige. Nicht nur, wie die Vermutung zulassen könnte, hauptsächlich im schrillen Bereich angesiedelte Farben. Bretz kann es auch dezenter. Darunter finden sich auch

Beige-, Greige- und Grautöne. „Den Stoff kann man sich wie ein Kleidungsstück vorstellen, er verleiht dem Sofa den finalen Charakter, der je nach Auswahl etwas leiser oder laut ausfällt.“ Ob Cloud 7, Ohlinda, Cocoa Island oder Croissant: Auch die Namensgebung fällt aus dem üblichen Möbel-Rahmen. „Die fertigen Sofas inspirieren uns zu den Namen und drücken eigentlich gleich den Charakter aus“, meint Norbert Bretz. „Es sind immer emotionale Entscheidungen, ähnlich wie man seinen eigenen Kindern Namen gibt.“ Bei Cloud 7 sei es zum Beispiel der himmlisch federnde einmalige Sitzkomfort, gepaart mit dem spacigen „Nicht von dieser Welt“-Look, bei Cocoa Island das Inselartige. Und auch diese Entscheidung wird im kollektiven Diskurs getroffen. Denn das Team spielt bei Bretz eine außerordentlich wichtige Rolle.

DAS TEAM IST DER STAR

Was bei Bretz auffällt: Geprotzt wird nicht gern mit einem soeben engagierten Star-designer. Weil? Ja, weil einschlägige Größen wie Marcel Wanders oder Karim Rashid, die auf Knopfdruck Knalliges liefern könnten, gar nicht engagiert werden. Auch beim Design setzt Bretz auf „Made in Germany, made in Gensingen“. „Modellentwicklung“, erläutert Norbert Bretz, „ist bei uns immer ein sehr kollektiver Prozess.“ So entstünden Produkte organisch. „Wir sind ein Team aus Gestaltern, Entwicklungspolstern und Schnittdesignern.“ Auch die Geschäftsleitung sei in jedes neue Produkt involviert. „Wir genießen den



IDEEN-REICH

Mit einfühlsamen Moodboards entwirft die Bretz-Co-Geschäftsführerin Carolin Kutzera neue Möbelstücke wie La Collina.

□ KNALLEFFEKT

❖ GESCHICHTE DER KULTSOFAS

Die Bretz-Geschichte war nicht immer rosig und mit einigen Rückschlägen durchsetzt. Doch das hielt die Familie nicht auf, weiter an ihren Weg zu glauben.

Es begann mit der Geburt von **Johann Bretz**, das sechste Kind einer Bauernfamilie auf einem kleinen landwirtschaftlichen Hof. Auf Anraten seiner Mutter begann er eine Spenglerlehre. Doch dabei blieb es nicht. Inspiriert durch seine Wanderjahre, fasste er den Entschluss, sich statt auf das Reparieren von Rohren lieber auf die Produktion von Matratzen zu konzentrieren. Sein ältester Sohn **Alexander Bretz** erweiterte das Angebot auf Polstermöbel. Das Unternehmen wuchs bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs auf eine Mitarbeiterzahl von 100 Personen.

Währenddessen zerstörten mehrere Luftangriffe die Firma restlos. Produktionsstätten, Maschinen und das Dach über dem Kopf hatte der enthusiastische Unternehmer damit verloren, aber seine Vision und sein Ehrgeiz hielten an. Mit viel Kraft und der Unterstützung seiner Kinder **Karl-Fritz, Hanns-Heinrich und Martha** baute er die Firma wieder auf und verhalf ihr zu neuem Glanz. Die Polstermöbelwerke entwickelten sich zum größten Arbeitgeber der Region.

In den 1980er-Jahren stand das Unternehmen kurz vor dem Konkurs. Gegen alle Widerstände begann Karl-Fritz mit fünf ehemaligen Mitarbeitern 1987 den Wiederaufbau. Seine eigenen Söhne **Hartmut und Norbert** hatten inzwischen BWL studiert und führten ein Leben fernab von Polstermöbeln. Doch Karl-Fritz wollte sie unbedingt im Familienunternehmen dabeihaben. Dafür hatten die Brüder eine sehr persönliche Bedingung: Ihr Vater musste mit dem Rauchen aufhören. Die zwei Brüder entwickelten eine eigene Linie, die eigenwilligen Sofas mit Kultcharakter.

www.bretz.com

Prozess sehr, weil man viel Input bekommt. Natürlich ist das sehr intensiv, wir kommunizieren extrem offen. Da wird kein Blatt vor den Mund genommen, das muss man aushalten können und am Ende des Tages auch in der Lage sein, Entscheidungen zu treffen. Unserer Meinung nach kommt man aber nur so zum besten Ergebnis.“

FAMILIENZUWACHS

Doch nicht nur so. Eben auch in ihrem konsequenten Familien-Business. Aber auch da ist Bretz einfach anders. Seit Oktober vorigen Jahres heißt es nicht mehr „kleiner und großer Bruder“. Denn Hartmut Bretz steigt drei Jahre vor seinem 60. Geburtstag aus dem Unternehmen aus und wird sich dem Yogazentrum, das er mit seiner Frau leitet, widmen. Stattdessen wird seine Tochter Carolin Kutzera den Posten als Co-Geschäftsführerin übernehmen und die Zukunft des Familienunternehmens in fünfter Generation mitgestalten. Die 33-Jährige hat nach einem internationalen Designstudium und einem International-MBA-Studium seit 2009 die Fäden als Kreativdirektorin in der Hand. Jetzt wird in das Bretz-Sofaimperium also zusätzlich frischer Wind hineingebblasen, und die Spannung unter den Möbelfans steigt, wie schillernd, wie bunt sich das Bretz-Leben weiterentwickeln wird. Nur so viel sei schon verraten: Carolin werde die Marke weiter zuspitzen, vor allem die Brand Stores. Diese würden mehr in Richtung Markenerlebnis getrimmt. Dazu sollen auch digitale Komponenten wie beispielsweise Augmented Rea-

lity hinzukommen. Gleichzeitig sei ihr Ziel, Bretz international bekannter zu machen. Denn momentan liegt das Hauptaugenmerk auf den deutschsprachigen Ländern. „Carolin möchte in Zukunft unsere europäische Präsenz weiter ausbauen. Hier werden zunächst Frankreich und Holland im Fokus liegen. Dort haben wir bereits Partner, Kontakte, die wir weiter ausbauen können, und somit wertvolle Erfahrungswerte. Darüber hinaus hat sie auch Übersee-Ambitionen. Hier stehen China und die USA im Fokus. In China finden vor allem die Themen hochwertige Marken und ‚Made in Germany‘ Gefallen – wir haben bereits einen Partner in Beijing. In den USA haben wir schon in New York und Miami Fuß gefasst. Sprich, in Zukunft möchten wir unsere Präsenz in weiteren Metropolen ausbauen.“

OUT OF THE BOX

Dass die Eigenwilligkeit und die Andersartigkeit erhalten bleiben, davon darf ausgegangen werden. Auch das ganz besondere Lebensgefühl, das pralle Leben gegen den grauen Alltag, verpackt in Polsterform, wird stets vermittelt. „Denn Authentizität, die nicht mit dem Mainstream oder dem aktuellsten Trend einhergehen muss“, ist für Norbert Bretz das Wichtigste beim Wohnen. „Man sollte sich für die Einrichtungsgegenstände entscheiden, die einen persönlich glücklich machen und sich nicht nur auf die Meinung von ‚Professionals‘ fokussieren. So kann auch ein sehr extrovertiertes Sofa für einen persönlich ‚zeitlos‘ sein.“