

— FINEST — MANUFACTURERS

FEINES FÜR ALLE SINNE!

Ausgabe 10 · 8,— Euro



VIAKORO

ELEGANZ MIT
GOLD UND SILBER

PAULIG

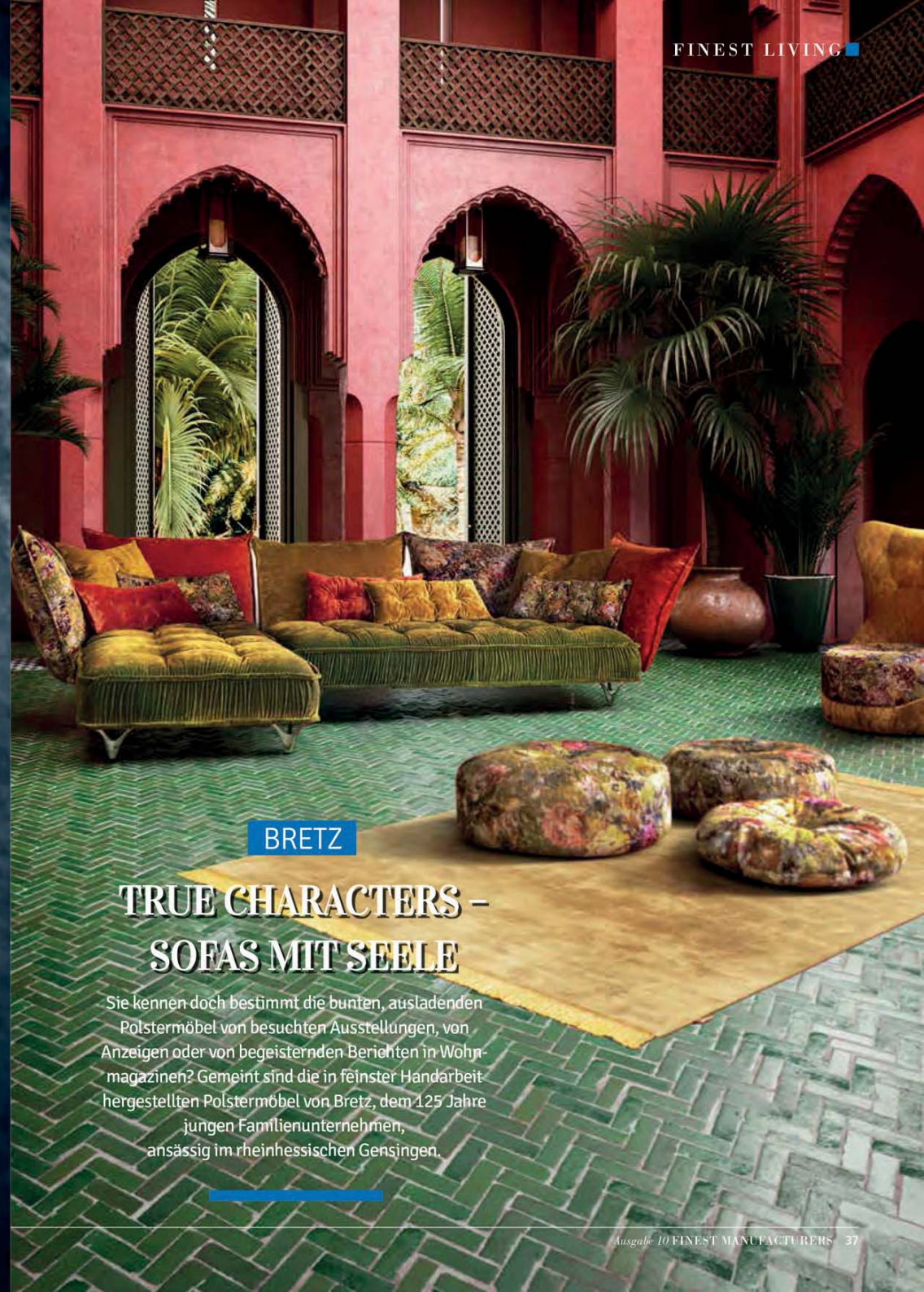
HANDGEWEBT UND
HANDGEKNÜPFT

DAS EDELWEISS

LUXUSRESORT IM
SALZBURGER LAND

ALPINE * EAGLE

BY *Chopard*



BRETZ

TRUE CHARACTERS – SOFAS MIT SEELE

Sie kennen doch bestimmt die bunten, ausladenden Polstermöbel von besuchten Ausstellungen, von Anzeigen oder von begeisternden Berichten in Wohnmagazinen? Gemeint sind die in feinsten Handarbeit hergestellten Polstermöbel von Bretz, dem 125 Jahre jungen Familienunternehmen, ansässig im rheinhessischen Gensingen.



Viel handwerkliches Geschick erfordert der Umgang mit der Polsternadel.

FINEST MANUFACTURERS hat das Familienunternehmen Bretz besucht und Carolin Kutzera mit Begeisterung zugehört, als sie über die Entstehung von „Ohlinda“ erzählte. Und im Kreise der Familie fühlten wir uns bei unserem Manufakturbesuch wie von Freunden aufgenommen.

„OHLINDA“

„Ohlinda“-Sofas, -Day-Beds und -Anbaulandschaften ermöglichen eine endlose Gestaltungsvielfalt. Jede Sitzfläche, jede Rückenlehne ist im eigenen Wunschmaterial und in Farben virtuoser Brillanz beziehbar. Die Rückenlehnen sind abschraubbar, jeder Rückenbezug abziehbar, und nach Tageslaune kann die auf graziolen Lilienfüßen schwebende, luftig-offene „Ohlinda“-Kollektion umdekoriert und neu platziert werden.

DAS LEBEN FARBEUFROH MACHEN

Wie auch bei allen anderen Kollektionen folgte das Bretz-Designerteam unter der kreativen Leitung von Carolin Kutzera bei „Ohlinda“ dem Grundsatz, das Leben von Menschen farbenfroher zu machen. Bei der Kollektionsentwicklung hat das Team seiner Kreativität freien Lauf gelassen. Die aneinandergereihten großen und auch kleinen Sitzelemente mit Rückenlehnen und Nierenkissen sind zu Hause und auch im Objektbereich eine Oase.

Als Kunde wählen Sie bei der Konfiguration ihrer Polstermöbel bei Bretz aus über 170 Bezugstoffen ihre Favoriten in Material, Struktur, Haptik und Farbe aus. Nachdem all Ihre Kundenwünsche erfasst sind, gehen die Mitarbeiter an ihr aufwendiges Handwerk und stecken dabei ihr ganzes Know-how, ihr Können und darüber hinaus ganz viel Herzblut in ihre Arbeit.

Viele der Details, die ein Bretz-Polstermöbel so außergewöhnlich machen, nimmt man nicht immer gleich wahr. So



Erfolgreiche Familienbande

zum Beispiel die aufwendigen Steppungen, die kräuselnden Bezüge oder auch die Knöpfe, die mit eigenen Stoffen bezogen sind.

MAN WIRD SIE UM IHR UNIKAT VON BRETZ BENEIDEN

So garantiert Ihnen Ihr eigenes Sofa Individualität durch originelle Formen, starke Farben, extravagante Muster und kostbare Materialien. Jedes Sofa, jeder Sessel, jedes Bett ist ein Unikat, das aus unzähligen Formen, Farben und Polstern variantenreich gestaltet wird – immer der Philosophie der Manufaktur Bretz folgend: True Characters – Sofas mit Seele.



Farbige Freihandskizzen und Moodboards zur Entwicklung von Ohlinda

SCHULTERBLICK ERLAUBT

Sie können dem Designerteam unter der Regie von Carolin Kutzera auch bei der Entstehung der Kollektion „Ohlinda“ über die Schulter blicken. Vom Entwurf bis hin zum fertigen Produkt. Den Film finden Sie auf unserer Verlags-Website von FINEST MANUFACTURERS unter www.finestchoice.de.

„Ohlinda“-Sofas, -Day-Beds und -Anbaulandschaften ermöglichen eine endlose Gestaltungsvielfalt.



FM: Wie fühlt es sich an, als Geschäftsführerin und kreativer Kopf in der sonst eher von Männern geprägten Möbelbranche tätig zu sein?

CK: Natürlich nehme ich als Frau in meiner Position aktuell eher eine Außenseiterrolle ein. Dies finde ich ziemlich spannend. Ich sehe mich dabei auch in der Verantwortung, anderen Frauen zu zeigen, dass es sich lohnt, mutig zu sein. Darüber hinaus denke ich, dass mehr Frauen in Führungspositionen unsere Branche bereichern würden. Wir leben in einer Zeit, die Offenheit gegenüber Veränderung erfordert. Im Zuge der Digitalisierung gibt es viele Fragen, auf die keiner eine Antwort hat. Dies erfordert kreatives Handeln, aber auch emotionale Intelligenz: Wir müssen einander zuhören, experimentieren, das vermeintlich Klare in Frage stellen und eher kooperieren statt konkurrieren. Das sind durchaus auch typisch weibliche Kompetenzen.

FM: Mussten Sie sich die Anerkennung im eigenen Unternehmen und auch in der Branche erkämpfen, oder hat Ihnen Ihre Familie einen sanften Einstieg geebnet?

CK: Als Familienmitglied bin ich natürlich privilegiert und hatte die Möglichkeit, auf ziemlich direktem Weg in unser Unternehmen als Designerin einzusteigen. Dennoch muss die jeweilige Rolle dann ja auch kompetent ausgeführt werden. Sanft war mein Einstieg nicht, und das ist auch gut so. Ich bin seit zehn Jahren im Unternehmen und habe mir meine heutige Rolle mit viel Hartnäckigkeit, Ehrgeiz, aber auch großem Herzblut erarbeitet. Über die Jahre bin ich somit in vieles hineingewachsen, habe mir Input von außen geholt (wie z. B. durch mein



VOM CREATIVE MANAGER ZUM MANAGING DIRECTOR

Carolin Kutzera hat Modedesign in Mailand und Paris studiert, arbeitete in London in der Assistenz des Londoner Designers Roland Mouret und stieg dann 2009 in das Familienunternehmen ein, zunächst als Creative Manager, danach als Creative Director. Neben ihrem anspruchsvollen Beruf hat Carolin zwischen 2016 und 2018 den MBA Master of Business Administration mit Auszeichnung abgeschlossen. Seit Oktober 2018 verantwortet sie, zusammen mit ihrem Onkel Norbert Bretz, in der Geschäftsführung die Geschicke von Bretz – bereit, um das Familienunternehmen erfolgreich in die nächste Generation zu führen.

FINEST MANUFACTURERS IM GESPRÄCH MIT

CAROLIN KUTZERA

Managing Director Bretz Wohnträume

nebenberufliches MBA-Studium), stelle viele Fragen und lerne nie aus. Ich arbeite gerne mit den Menschen in unserem Unternehmen, und es gibt mir viel, wenn ich dazu beitragen kann, dass sie sich weiterentwickeln und das, was sie tun, gerne machen. So bringen wir gemeinsam unser Unternehmen nach vorne.

FM: Sie sind eine klassische Manufaktur, die ihr handwerkliches Geschick mit jedem Stück, das die Manufaktur verlässt, unter Beweis stellt. Lässt sich diese aufwendige Handwerkskunst „made in Germany“ unter dem wirtschaftlichen Gesichtspunkt heute noch vertreten?

CK: Wir machen ungewöhnliche Möbelstücke, kaufen extravagante Stoffe ein. Das ist alles recht anspruchsvoll auf der Kostenseite, führt aber genau zu dem, was unser Produkt begehrt macht. Wir schaffen mehr als ein rein funktionales Produkt. Wir schaffen Möbel mit Seele, die alle einen unterschiedlichen Charakter haben – True Characters. Diese Charakterstücke tragen dazu bei, dass Menschen zu Hause glücklich sind.

FM: Sind Sie auf Wachstum programmiert, oder sind Sie mit der erreichten Größe des Familienunternehmens zufrieden und leben Beständigkeit vor expansivem Wachstum?

CK: Natürlich möchten wir gerne weiter organisch wachsen. Ein Hebel ist unsere Vertriebsstrategie, indem wir mehr auf den Faktor Erlebnis setzen. Daneben wollen wir den Export steigern und im Ausland die Partnerschaften stärken, vor allem an bestehenden Standorten, wo wir bereits präsent sind, sprich im europäischen Raum. Als zweiten Schritt haben wir den asiatischen Markt und die USA im Auge. Voraussetzung für die Expansion ist für uns, dass wir weiter in unsere Marke investieren, das ist einfach unser Steckbrief.

FM: Woher kommt Ihre Inspiration für immer wieder neue, außergewöhnliche Polstermöbelkreationen?

CK: Wir versuchen, den Zeitgeist zu spüren und die geheimen Bedürfnisse unserer Kunden herausfinden. Dabei konterkarieren wir gerne den Trend oder die Designregel. Daraus entstehen emotionale Produkte, in die sich der Kunde verlieben kann, die ihn glücklich machen. Um Inspiration zu finden, gehen wir zusammen viel auf Ausstellungen und Messen, auf denen wir über die Werke diskutieren. Grundsätzlich kann Inspiration aber von überall herkommen: von banalen Dingen, von einer Reise oder von einem Gespräch mit Kunden vor Ort im Store. Wir erstellen dann zu Beginn des Designprozesses Moodboards und definieren im Team, in welche Richtung unser Weg gehen soll. Dann folgen erste Skizzen und recht schnell erste Versuche in der Werkstatt. Beim Designprozess wirken sehr viele Menschen mit. Es

ist ein unglaublich dynamischer Prozess, der großen Spaß macht.

FM: Überlegen Sie von Zeit zu Zeit, eine vollkommen konträre Polstermöbelkollektion „im klassischen Sinn“ zu kreieren und zu produzieren? Sozusagen als Pendant zu Ihren unkonventionellen, schrillen und freien Kreationen, mit denen Sie seit Mitte der 90er Jahre erfolgreich sind?

CK: Nein, wir werden weiterhin vielfältige True Characters kreieren!

FM: Beschreiben Sie uns doch einmal den typischen Bretz-Kunden!

CK: Es ist nicht, wie man meinen könnte, jemand, der ein besonders verrücktes Äußeres hat. Wir haben viele Kunden, die selbstständig sind, Unternehmer und Handwerker. Aber auch Träumer, Visionäre und Mutige, die eigenständig handeln und an ihre Werte glauben. Allgemein sind es Menschen, die zu ihrem eigenen Stil beziehungsweise ihrer eigenen Meinung stehen, und auch gerne mal anecken. Wir haben sehr oft den Fall, dass Menschen sich recht spontan in das Sofa ihrer Wahl „verlieben“.

FM: Wie lebt der Bretz-Kunde? Kleine Wohnflächen kommen wohl bei der ausladenden Größe der Bretz-Polstermöbel kaum in Frage, oder?

CK: Es ist immer eine Frage, welchen Raum das Sofa für einen persönlich einnehmen darf. Ist es das Zentrum des Wohnraums oder funktionales Beiwerk? Wenn das Sofa eine große Sitztiefe hat, strahlt es auch mehr Gemütlichkeit aus, was dem Raum guttut. Auch bietet es so mehr Platz für die ganze Familie. Wir hören immer mehr, dass der Trend hin zu kleinen Wohnflächen geht und somit auch der Bedarf nach kleinen Möbeln. Gleichzeitig verkaufen wir fast nur (und zunehmend) große Polstergruppen. Da wir viele modulare Programme anbieten, kann der Kunde bei uns von sehr klein bis riesig wählen. De facto wählt kaum einer unserer Kunden ein kleines Stück.

FM: In 2020 feiern Sie Ihr 125-jähriges Firmenjubiläum. Überraschen Sie Ihre Kunden mit einem limitierten Jubiläums-Polstermöbel?

CK: Tatsächlich überraschen wir unsere Kunden mit einer Sessel-Neuinterpretation. „Johann 125“ ist eine Hommage an Firmengründer Johann Bretz. Der Sessel verfügt über schöne Retro-Details wie z. B. einzeln von Hand angebrachte Ziernägel. Die Armlehnen sind aus massivem, geöltem Nussbaumholz gefertigt. „Johann 125“ wird es in einer Limited Edition geben mit 3 ausgewählten Jubiläumstoffen – pro Farbe werden nur 100 Stück produziert. Somit ist „Johann 125“ ein echtes Sammlerstück.

„Johann 125“ ist eine Hommage an Firmengründer Johann Bretz anlässlich des 125-jährigen Firmenjubiläums

