



Seit 120 Jahren brennt Bretz für Einrichtung. Doch unter der Leitung von Norbert und Hartmut gibt es einen wahren Funkenflug, der längst zum Feuerwerk wurde. W!D bittet auf die Couch.

W!D: Bretz hat sich im Laufe der Jahre stilistisch verändert. Zwischen den Sofas „Gaudi“ und „Lanii“ gibt es eine enorme Entwicklung. Was hat Sie inspiriert? Welche Einflüsse haben Sie aufgenommen? Welche Rolle spielen Trends und Moden?

Bretz: Die „DNA“ des Familienunternehmens Bretz war immer von Brüchen und Neuausrichtungen geprägt. Unser Urgroßvater Johann hatte mit Drahtgeflechten und Matratzen Erfolg. Großvater Alexander fing nach dem Ersten Weltkrieg von vorne an, setzte auf Polstermöbel und hatte damit Erfolg. Und nach dem Zweiten 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 1960er-Jahren das erste funktionierende industriell hergestellte und breit vermarktete Bettsofa – oder in den 1970er-Jahren die über viele Jahre so erfolgreichen Schichtholzgestell-Polstermöbel mit der berühmten Eiche Rustikal als Speerspitze. Uns steckt diese DNA im Blut. Wir spürten einfach, dass es Zeit war für eine grundsätzlich neue Handschrift in unserem Design: erwachsener, klare Linien, weniger „Bling-Bling“. Natürlich sind wir selbst eingebunden in die aktuellen Trends und Hintergründe von Alta Moda und High Design. Aus diesem individuellen Erleben heraus entwickeln wir unseren Anspruch, die Designtrends unserer Branche maßgeblich mitzugestalten.

W!D: Wie würden Sie Ihre Philosophie heute definieren? Hat sich an Ihrem Credo seit den Anfängen etwas verändert?

Bretz: Heutzutage diktiert uns der „gute, edle Geschmack“ immer noch einen minimalistischen Einrichtungsstil. Für mich bedeutet das minimalistisch-modernistische „Less is More“: Alles wird reduziert auf das absolut Notwendige – die Funktion. Außen vor bleiben Gefühle – weil vom Kern ablenkend –, auch das Überschaumende, manchmal Übertreibende. Alles wird reduziert auf die Nicht-Farben Schwarz, Weiß und die Grautöne

dazwischen. All das wirkt kühl, distanziert, elitär – mit der Idee, dass man sich an seinen Möbeln nicht in ein paar Monaten satt gesehen haben soll. 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! Der postmoderne Architekt Robert Venturi setzte dem schon vor vielen Jahren sein eigenes Credo entgegen: „More is not Less. Less is a Bore.“ Und dieser Philosophie folgen unsere Entwürfe. Entweder ist die Form jenseits des rechten Winkels oder man sitzt extrem niedrig oder auf 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! Und hier gehen wir keine Kompromisse ein – wir leben, wofür wir stehen. Wir entwerfen True Characters für wahre Charaktere.

W!D: Welche Zielgruppe haben Sie im Visier? Haben sich Ihre Konsumenten verändert? Zum Beispiel vom Alter her?

Bretz: Wir arbeiten für Menschen zwischen 20 und 80, die ihrem Zuhause mehr Wert geben wollen. Für Menschen, die sich ihre Herzenswärme bewahrt haben und sie zu Hause nähren wollen. Für Menschen, die ihre Individualität in ihren vier Wänden ausdrücken möchten. Auch für Menschen, die ihr „inneres Kind“ schätzen und ihm daheim unbeschwert nah sein möchten. Und diese Zielgruppe ist tatsächlich nicht durch eine altersmäßige Eingrenzung definiert.

W!D: Sie haben eigenen Angabe zufolge die Art und Weise des Sitzens neu definiert. Deutschland lümmelt nun. Wie kam es dazu?

Bretz: Schon in den 1990er-Jahren erfahren wir das Wohnzimmer-Sofa mit einer Sitztiefe von sagenhaften 105 Zentimetern. Wer einmal seine Abende auf einem solchen Sofa verbracht hat, will diese Sitztiefe nicht mehr missen. Hierfür spricht die Sitzergonomie – das Blut kann aus den unteren Beinen erheblich leichter zurückfließen – und die Psychologie: Es fällt viel leichter, zu entspannen und sich rundherum wohlfühlen, ob alleine, mit dem Partner oder ganzen Familie. Und genau darum geht es. Der nächste Schritt geht in Richtung Day Bed.

W!D: Was sehen Sie allgemein für künftige Einrichtungstrends?

Bretz: Aus unserer Sicht ist der Mega-Trend der kommenden Jahre: „My Home is my Playground“. Heute will ich mit meiner Einrichtung nicht mehr nur „seriös“ repräsentieren. Ich will nicht mehr nur emotionslos dokumentieren, dass ich einer bestimmten Schicht angehöre. Heute möchte ich mein Zuhause so gestalten, dass ich mich heimelig fühle. Es ist der Rückzugsort, an dem ich mich einkuscheln kann. Ich lege mich zurück, atme tief durch, lade mich auf. Ich suche Möbel mit Charakter – „True Characters“ also –, die mit mir sprechen, mir zuhören, mich auch „trösten“, wenn nötig. Ungewöhnliche Farben und Formen laden mich ein, zu spielen, zu experimentieren. Sie holen mich immer wieder aufs Neue aus dem Alltagstrott heraus.



Gute Möbel wirken laut Norbert und Hartmut Bretz oben belebend. „Sie bringen mich auf Ideen, die mein Leben verbessern können.“ Im Laufe der Zeit hat Bretz das Thema Sitzen neu definiert. Unten: Sofa-Landschaft „Lanii“, linke Seite oben der Klassiker „Gaudi“ neben dem Ofen „Maunakea“ von Antrax aus Italien. Bezugsquellen Seite 140.

