

## Kuschelige Traumsofas für mutige Zeitgenossen

Weit weg vom Angepassten: Die Sitzmöbel der Brüder Bretz

GENSINGEN. Zwei Brüder, die beide Betriebswirtschaft studiert haben, treten in das väterliche Unternehmen ein. Nicht besonders erstaunlich. Viele würden das als Zeichen von traditionsbewusster Kontinuität, Böswillige vielleicht als Angepasstheit werten. Hartmut und Norbert Bretz, beide in den Dreißigern, sind ganz das Gegenteil davon. Ihren Willen, alles „immer wieder zu revolutionieren“, wie Hartmut Bretz sagt, haben sie zum Programm erhoben – oder zum „Cult“, wenn man den Namen ihrer Produkte wörtlich nimmt.

Die „Bretz-Brothers“, wie sie sich selbst nennen, produzieren Sofas. Allerdings nicht ebensolche, wie sie in unzähligen Möbelhandlungen, unterschieden nur durch Marke und Preis, zu finden sind. Die „Cultsofas“ des Betriebs im rheinhessischen Gensingen sind knallig bunt, stehen mal auf Löwenfüßen oder wippen auf Autostoßdämpfern. Riesige Stoffblumen, Schmetterlinge oder das „Hurramännchen“, das zum Markenzeichen der Firma avanciert ist, garnieren üppig breite Sitzflächen, ausladende Lehnen und kuschelige Ecken.

Für „Individualisten, die Mut und Geschmack haben und so sind wie wir“, bauen die Brüder seit 1995 Modelle, die „Stone“, „Yoyo“ oder „Rübe“ heißen. Wie sie selbst sollen ihre Kunden unangepasst sein, sich nicht etabliert fühlen wollen. Sie sollen nicht mit einer Marke ihren Status demonstrieren wollen, sagen die „Bretz-Brothers“. Dass die Marke Bretz unter dem selbst gewählten Namen „Cultsofa“ zum Statussymbol der Unangepassten werden könnte,

scheint die jungen Unternehmer nicht zu kümmern. Ihre Sofas sollen den Käufern ein Mittel geben, um ihre Kreativität auszuüben.

Unter dem Motto „Design dein Sofa“ stellt der Kunde selbst sein Wunschmodell zusammen. Im Internet ([www.cultsofa.de](http://www.cultsofa.de)) finden die „Fans“ – wie die Brüder ihre Käufer nennen, weil ihnen das Wort „Endkunde“ zu unpersönlich ist – Fotos von allen Modellen und mehr als 60 verschiedene Stoffmuster. In flockiger Jugendsprache wird der Kunde zu seinem Möbel im „total krassen Federkomfort“ gelotst. Ein paar Klicks, und das individuelle Sofa ist „angezogen“ – mit den passenden Kissen, Ziernägeln, Beistelltischen und Teppichen.

Dennoch ist die Kundschaft der unkonventionellen Möbel eher im Alter der beiden „Brothers“, nämlich zwischen 30 und 45 Jahre alt. Schließlich muss man sich die „total abgespaceten“ Sofas auch leisten können. Sie kosten zwischen 2000 und 3500 Mark. Dass die „Cultsofas“ ihre Hauptzielgruppe mit „Cabrios und Abenteuerreisen“ teilen, wie Norbert Bretz sagt, schreckt die Möbelmacher nicht. Es gebe auch weitaus ältere Kunden, die sich ihr Leben lang nach einem individuellen Sofa gesehnt hätten oder die Formen und Farben der siebziger Jahre wieder aufleben lassen wollten. Nicht nur die schätzen die traditionelle Polsterung der Bretz-Produkte.

Probe sitzen und erwerben kann man die Modelle allerdings nicht im Internet, sondern ganz konventionell im Möbelladen. Dabei sollen nicht nur die Sofas Spaß machen, sondern auch das

Aussuchen und Kaufen. Dass die Möbelindustrie am fehlenden Spaß und an konventionellen Modellen leidet, haben die Brüder Bretz in ihrer Anfangszeit selbst kennen gelernt. 1991 sind sie in das Traditionsunternehmen eingetreten. Damals haben sie „das herkömmliche Zeug verkauft“, das sie selbst nicht mochten, erinnern sie sich. Doch wenn weder die Modelle noch der Preis sich von den anderen Produzenten unterschei-



Besitzen eines ihrer unkonventionellen Sitzmöbel selbst: Norbert und Hartmut Bretz, die Macher der „Cultsofas“ aus Gensingen

Fotos Wolfgang Eilmes



Alles Handarbeit: exzentrische Sessel mit Ziernägeln

den, falle es schwer, Händlern und Kunden „Lust auf Möbel“ zu machen. Das zeigten die sinkenden Umsätze ihres Unternehmens. 1995 rissen die Brüder das Ruder herum. Sie wollten eine Marktnische finden und gleichzeitig Sofas herstellen, mit denen sie selbst auch gerne wohnen. Die Geschäftsidee hat sich ausgezahlt. Trotz einiger Fehlschläge, vor allem zu Beginn,

wächst das Unternehmen seither um 40 Prozent im Jahr. Derzeit setzt Bretz mit 65 Mitarbeitern 20 Millionen Mark im Jahr um, 15 000 Sofas und Sessel verlassen jedes Jahr die Werkstätten.

Nicht zuletzt ihre Lockerheit und den Spaß, den sie an ihrer Arbeit haben, machen die Brüder für ihren Erfolg verantwortlich. Mit Knetmasse auf einem Küchen-

brett entwerfen sie ihre Sofas. Derzeit entstehen die Modelle, die von Herbst an produziert werden sollen. Dabei sind der Phantasie nur die Schranken des Machbaren gesetzt. Die Diskussion mit den Polsterer-Meistern sei dabei ebenso eine Quelle für neue Wege wie der sportliche Wettstreit unter den Brüdern. „Kreatives Aufschaukeln“ nennen sie das. Regelrechte Liegewie-

sen entstehen so, die zum Beispiel mit demselben Plüsch bezogen sind wie die Teddys der Firma Steiff. Oder eine Recamière, die ihren purpurroten Mohairbezug mit den Sesseln in der Mailänder Scala teilt. Das Konzept hat nicht nur in Deutschland Erfolg: Bis in die Villen reicher Scheichs in Dubai finden die Gensinger Sitzmöbel ihren Weg.

EVA-MARIA MAGEL