

Dezember
Januar/Februar
2025/26
CHF 10.00

12
01

RAUM UND WOHNEN

Das Schweizer Magazin für Architektur, Wohnen und Design

VENEDIGS

PERLEN

ZEITREISE

IM ENGADIN

WOHNEN

ZWISCHEN LICHT UND LÄRCHE

EXTRA

WEICHER WIRD'S NICHT



A family affair

/ «Tharuun» heisst die neue Kollektion, die Bretz an den Interior Design Days in Köln vorgestellt hat. Sofa und Sessel verbinden konstruktive Präzision mit ruhiger Formensprache. Die abgestimmte Polsterstruktur sorgt für Halt und Nachgiebigkeit und bringt so Funktion und Design ins Gleichgewicht.

Manchmal ist Familie das, was rettet. So war es in der 130-jährigen Geschichte von Bretz immer wieder, zum Beispiel Anfang der 1990er-Jahre. Damals gaben die Brüder Norbert und Hartmut Bretz der Firma des Vaters und Grossvaters in schwierigen Zeiten eine neue Richtung. Sie waren ein



starkes Team und starteten gemeinsam eine kreative, wenn auch etwas verrückte Schaukelbewegung mit Blick auf die Zukunft. Aber eigentlich haben sie mit diesem Bruch die Familientradition fortgesetzt. / Von Barbara Hallmann



Einfach «wie immer» weitermachen scheint dem Prinzip der DNA der Familie Bretz zu widersprechen. Das zeigte sich schon 1895, als der gelernte Klempner Johann Bretz aus Rheinhessen auf Reisen in den Osten Deutschlands ging und mit der dortigen Textilindustrie in Kontakt kam. Er dachte, dass er ja nicht Klempner bleiben müsse, sondern seine Fähigkeit, mit Metall umzugehen, gut mit Textil kombinieren könne bei der Matratzenherstellung. Von da an stellte er in seinem Heimatort Gensingen, zwischen Frankfurt am Main und Luxemburg, hochwertige Qualitätsmatratzen her. Die Kundschaft verlangte bald nach mehr, und Johann Bretz begann auch «Kanapees» zu produzieren. Mit Sofas und Liegen wuchs die Polstermöbelfabrikation immer weiter. Johann Bretz hatte Kinder, darunter Alexander, der nach dem ersten Weltkrieg den Vater immer mehr unterstützte, ebenso dessen eigene Kinder nach dem zweiten Weltkrieg. Kontinuität und Unruhe lagen dabei nahe beieinander, denn Jugend bringt Mut und Wahnsinn manchmal zusammen. Bei Bretz machte man aus unkonventionellen Ideen immer einen Vorteil und begrüßte sie. So kamen Ende der Fünfzigerjahre die Brüder Karl-Fritz und Hanns-Heinrich Bretz mit dem Vorschlag auf ihren Vater Alexander zu, Schlafsofas nach amerikanischem Vorbild herzustellen. Sie



1 / Die Designs von Bretz strahlen immer bedingungslose Gestaltungsfreude aus. Das zeigen schon die farbigen Entwürfe, die gerne auch noch von Hand gemacht werden.

2 / Schon vor der gestalterischen Kehrtwende in den 1990er-Jahren feierte das Familienunternehmen grosse Erfolge – so zum Beispiel mit dem Schlafsofa Cala. Ein Enkel des Firmengründers hatte die Idee aus den USA mitgebracht.

3 / Beim Sessel «Coco Island» wird schnell klar, wie geschickt das 130-jährige Unternehmen die Traditionen deutscher Qualitäts-Polstermöbel mit heiterem Design zusammenbringt.



- 1** / Entstanden ist Bretz aus einer kleinen Draht-Matratzenfabrik, die solide Produkte bot. Die handwerkliche Qualität ist geblieben – das Sortiment hat sich vollkommen gewandelt.
- 2** / Norbert Bretz ist eine Ikone des verspielten Möbeldesigns. Vor einigen Jahren holten er und sein Bruder Hartmut die nächste Generation in die Firma: Die studierte Designerin Carolin Kutzera leitet Bretz jetzt bereits in fünfter Generation.



fanden, dass eine Bettcouch mit diskreter Funktion wie in den USA auch bei ihnen produziert werden müsse. So entstand «Cala», das erste industriell gefertigte Schlafsofa in Deutschland, für das Bretz ein Patent erhielt. Es wurde eine Möbellegende, die seit den 1960er-Jahren weltweit rund 200 000 mal verkauft wurde.

Das Familienunternehmen durchlebte immer wieder schwere Zeiten, unter anderem die beiden Weltkriege und zuletzt die Rezession der 1980er-Jahre. 1986 stand die Firma kurz vor dem Aus. Karl-Fritz Bretz setzte auf die Familientradition und holte seine beiden Söhne Hartmut und Norbert ins Unternehmen. Beide hatten kürzlich ein Betriebswirtschaftsstudium abgeschlossen. Norbert Bretz sagt rückblickend, das Unternehmen lebe davon, dass jede Generation mutigen Pioniergeist zeige. Die Brüder entschieden sich, statt konventionell und langweilig, jetzt Sofas zu produzieren, die bunt, expressiv und voller Lebensfreude sind, jedoch in kompromisslos hoher Handwerksqualität. Ihre neuen Anzeigenkampagnen mit dem Claim «Cultsofa» wurden in den 1990er-Jahren legendär.

Auf diese Weise transformierten die Bretz-Brüder das Familienunternehmen: Aus einer bedrohten Möbelmarke, die sich kaum von anderen unterschied, wurde ein lebendiges Symbol für Spass, Lebensfreude und Individualität.

«Wir sind auf Tatzen und Hufen nach oben gegangen», heisst es in der Firmenchronik zum Jubiläum. Die Sofas mit leuchtenden Farben, barocken Formen und üppigen Proportionen wurden zu Ikonen eines unbeschwerten Lebensgefühls. Dass Bretz zeitweise mit Künstlern wie Keith Haring zusammenarbeitete, passt nur zu gut ins Bild – ein Möbel von Bretz zu besitzen kommt bis heute einem Design-State-ment gleich.

VOM KULTSOFA ZUR DESIGN-IKONE

Ein neues Kapitel begann 2009, als Carolin Kutzera, die Tochter von Hartmut Bretz, ins Unternehmen einstieg. Nach ihrem Designstudium brachte sie eine frische Perspektive mit, die perfekt zu Bretz passt. Sie denkt modular, flexibel und individuell. Möbel sollten so gestaltet sein, dass man sie verändern, kombinieren und weiterentwickeln kann, um

lange Freude an ihnen zu haben. Sie sieht Bezugstoffe wie Kleidungsstücke für Sofas und Sessel. Ihr Ziel ist es, Menschen zu ermutigen, mutige Kaufentscheidungen zu treffen, die zu ihrem Lebensgefühl passen.

Unter ihrem Einfluss entwickelt sich Bretz nicht nur gestalterisch, sondern auch strategisch weiter. Nachhaltigkeit, die schon immer zur DNA des Familienunternehmens gehörte, wird stärker kommuniziert. Die Möbel sind nicht nur ästhetisch langlebig, sondern auch durch die Wahl hochwertiger und strapazierfähiger Materialien nachhaltig. Das Vertriebsmodell wurde modernisiert und verbindet den klassischen Handel, auch bei mehr als 20 Händlern in der Schweiz, mit umfassenden Möglichkeiten, das Sofa online zu konfigurieren.

So lässt sich das 130-jährige Erfolgsgeheimnis von Bretz wohl in drei Worten zusammenfassen: Tradition, Mut und Lebenslust. Aus einer rheinhessischen Drahtmatratzenfabrik wurde eine weltweit bekannte Marke, die für exzentrisches, farbenfrohes und hochwertiges Design steht. Ein Familienunternehmen, das nicht nur Möbel schafft, sondern Charakterstücke fürs Leben. Die Philosophie von Johann Bretz wirkt bis heute nach: Dinge neu denken, Bestehendes nicht einfach hinnehmen und immer das Handwerk ehren. Genau das macht Bretz aus – perfekt gepolsterter Spass und pure Lebenslust.

bretz.com