

# THE STAGE IS SET FOR *True* CHARACTERS

By Patricia Schweizer | Uwe Herzog Translation Louise Mawbey



Some of them are evocative of Louis XIV of France, some of the back seat of an old, stylish Cadillac – the upholstered furniture from BRETZ. This year the family company, located near Mainz, is celebrating its 120 year anniversary.

Sie erinnern mal an König Ludwig XIV., mal an die Rückbank eines schicken alten Cadillac: die Polstermöbel von BRETZ. In diesem Jahr feiert der Familienbetrieb aus der Nähe von Mainz sein 120jähriges Jubiläum. Unter der Regie von Norbert und Hartmut Bretz werden in der traditionsreichen Möbelfabrik Sofas, Sessel und Betten mit Kultstatus kreiert. Das war nicht immer so. *Luxury Life MAGAZINE* sprach mit den innovativen Brüdern und ihrer Chefdesignerin Carolin Kutzera über Möbel mit ‚True Character‘.



Under the direction of Norbert and Hartmut Bretz, sofas, armchairs and beds which have earned cult status are created in the historic furniture factory. But this has not always been the case. *Luxury Life MAGAZINE* talked to the innovative brothers and their Head Designer Carolin Kutzera about furniture with ‚True Character‘.

**BRETZ adds a new dimension to upholstered furniture – large, brash, colourful. Norbert, what spurred you on as you started with all this?**

Norbert Bretz: „The ability to undergo a fundamental transformation – to reinvent oneself and one’s market time after time – is in our genes. When my brother and I took over the reins of the company at the beginning of the 1990s, the next break with the past was overdue. We didn’t want to base our work on common sense but on feelings, on caressing gentleness and boisterous thrills. In 1995 the time had come. At the furniture exhibition in Cologne, we launched a completely new range which left mainstream mediocrity far behind. Sofas became cool, iconic personalities which their inhabitants could form a

**BRETZ steht für eine andere Dimension von Polstermöbeln: gross, schrill, bunt. Norbert, welcher Teufel hat Sie bloss geritten, als Sie damit anfangen?**

Norbert Bretz: „Die Fähigkeit zum fundamentalen Wandel – sich selbst und seinen Markt immer wieder neu zu erfinden – steckt in unseren Genen. Als mein Bruder und ich Anfang der 90er Jahre die Führung des Unternehmens übernahmen, war der nächste Bruch überfällig. Nicht auf den Verstand wollten wir bauen, sondern aufs Gefühl, auf schmeichelnde Sanftmut und wilden Kitzel. 1995 war es so weit: Auf der Möbelmesse in Köln zeigten wir erstmals ein völlig neues Programm, das die Mittelmässigkeit des Mainstreams hinter sich liess. Aus Sofas wurden coole, kultige Charaktere, zu denen ihre Bewohner eine echte Beziehung aufbauen konnten: ‚True Characters‘ – wie unser Markenclaim heute ausruft. Wir entwarfen Sofas mit silbernen und goldenen Tatzten, Bezüge in allen Farben des Spektrums, besonders auch in Zebra und Leopard. Und wir machten eine immense Sitztiefe salonfähig – bis zu 160 Zentimeter.

**Wie hat Ihr Vater reagiert, als Sie ihm die ersten Entwürfe dieser Art zeigten?**

Hartmut Bretz: „Er übergab uns spontan die Geschäftsführung, dafür wollte er nicht die Verantwortung übernehmen!“



#### Stellen Sie die lange Tradition von BRETZ in Frage?

Hartmut Bretz: „Unsere Tradition beruht auf drei Säulen: auf dem rheinhessischen Standort Gensingen, einem alten Weindorf, auf einer innovativ ausgelebten Handwerkstradition und auf dem Geschick, herausforderndes, manchmal provozierendes Design in Erfolge umzumünzen. Wir widerstehen der Versuchung, unsere Produktion ins Ausland zu verlagern, sondern bauen das Know-how, die Kunst unseres Handwerks, Jahr für Jahr weiter aus. Und, das mag paradox klingen, wir folgen unserer 120jährigen Tradition, der DNA von BRETZ, wenn wir das Unternehmen und seine Designstrategien hin und wieder auf den Kopf stellen.“

Norbert Bretz: „Genau, wir verbinden das Wissen und Know-how unserer Vorfahren mit unkonventionellen Formen und Farben. Wir sind echte Spiesser, wenn es um das Innenleben geht. Das basiert auf langjähriger Tradition. Aber auch die aussergewöhnliche Möbelform hat oft einen Nutzen in puncto Komfort. So umschmeichelt zum Beispiel die Kassettenheftung unseres legendären Sofas ‚Cloud7‘ unterschiedliche Körperregionen. Wir beschlossen vor zehn Jahren, den rechten Winkel hinter uns zu lassen. Und wir suchten eine supersofte Polsterung, die sich besser denn je an das individuelle Sitzbedürfnis anpasst – nichts anderes also als das bequemste Sofa der Welt. Viele sagen, dass uns beides mit Bravour gelungen ist.“

#### Viele BRETZ Designs wurden zu Stilikonen – wie erklären Sie sich das?

Norbert Bretz: „Um eine Stilikone zu werden, hilft es, Sehnsüchte zu stillen. Forever Young ist so eine tiefe

genuine relationship with. They were ‚True Characters‘ – as our brand slogan proclaims today. We designed sofas with silver and gold paws, upholstery in all the colours of the spectrum, as well as in zebra and leopard look, and these are still part of the range to the present day. And, due to us, an enormous seat depth – of up to 160 centimetres – found favour.“

#### How did your father react when you showed him the first designs of this kind?

Hartmut Bretz: „He passed on the management of the company to us straight away! He didn’t want to take on the responsibility for them.“

#### Are you challenging the long tradition of BRETZ?

Hartmut Bretz: „Our tradition is based on three pillars: on the Rhenish Hesse location of Gensingen, an old winegrowing village, on an innovatively interpreted tradition of craftsmanship and on the ability to convert challenging and sometimes provocative design into success. We’ve resisted the temptation to move our production abroad; instead we develop our know-how, the skills of our trade, year after year. And, even though it may sound paradoxical, we are carrying on our 120 years of tradition, the genetic makeup of BRETZ, when we turn the company and its design strategy on its head every now and again.“

Norbert Bretz: „Exactly, we combine the knowledge and know-how of our predecessors with unconventional shapes and colours. But we’re really conventional when it comes to the inner workings. And that’s based on a tradition stretching back for many years. However, the unusual shape of the furniture often also brings pluses in terms of comfort. For example, the upholstery of our legendary ‚Cloud7‘ sofa, which is sown into squares, gently caresses various areas of the body. Ten years ago, we

Sehnsucht im Menschen. Was tun wir nicht alles, um möglichst jung auszusehen und um uns möglichst lange jung zu fühlen? Mit einer Stilikone von BRETZ fördern wir die Erfüllung genau dieses tiefen Wunsches, nach aussen wie nach innen. Dieser ‚True Character‘ im Möbeldesign wird Teil unserer Persönlichkeit, unserer Selbstdefinition. Eine andere BRETZ-typische Sehnsucht ist der tiefe Wunsch, mich selbst jenseits der Norm, jenseits des ‚guten Geschmacks‘ auszuleben. So zu sein, wie ich bin, zu tun, was mir Spass macht. Was mir dabei nachhaltig hilft, was mein Leben verändert, wird für mich zur Ikone.“

#### Sie kennen Ihre Kunden gut – was sind das für Menschen?

Hartmut Bretz: „Wir arbeiten für Menschen zwischen 20 und 80 Jahren, 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. Und für Menschen, die ihr ‚inneres Kind‘ schätzen und ihm daheim unbeschwert nah sein möchten.“

#### Carolin, Sie haben einmal gesagt: ‚Entwerfen ist wie Reisen‘ – verraten Sie uns Ihre Stationen?

Carolin Kutzera: „Unsere Kollektion liebäugelt sicherlich immer ein wenig mit den 70s. Einfach eine spannende, sehr turbulente Zeit. Irgendwie sind BRETZ Sofas ja auch kleine Hippies ... geprägt von Lebensfreude, Freiheit und Offenheit. Ungewöhnliche Formen und leuchtende Farben, gemixt oder im Total Look - erlaubt ist, was gefällt und Spass macht.“

decided to leave right angles behind. And we searched for super soft stuffing which adapts to individual seating requirements better than anything before it – making it nothing other than the most comfortable sofa in the world. Many people say that we've achieved both of these aims with flying colours."

**Your furniture is not only exceptionally brash but also downright enormous. How do your customers get them through the door?**

Norbert Bretz: „They lift them and twist them until they fit through the door. No, seriously, we've now learnt that we have to split the sofas in a way that ensures that they can get through typical transport channels without problems. But in the event of doubt, it's a good idea to check the measurements again one more time."

**Many BRETZ designs have become style icons – how do you explain this?**

Norbert Bretz: „Satisfying a yearning plays a large part in becoming a style icon. The human race has a really deep yearning for eternal youth. What wouldn't we do to look as young as possible and to feel youthful for as long as possible? With a style icon from BRETZ, we help to fulfil precisely this deeply-felt wish, both on the outside and on the inside. This 'True Character' in furniture design becomes a part of who we are, our definition of ourselves. Another yearning typical for BRETZ is the profound wish to live my life to the full, beyond the accepted norms,

Dabei sollte man eher auf das eigene Herz als auf die Norm hören. Auf einem BRETZ Sofa soll man leben, loslassen und Spass haben. Das Sofa ist nicht einfach nur ein Möbel oder ein nüchterner Gegenstand, sondern im besten Fall mein Freund, der mich zum Schmunzeln bringt und auffängt."

**Hartmut, Sie sind ausgebildeter Meditations- und Yogalehrer: Eignen sich BRETZ Möbel als ‚Wellness-Matte‘?**

Hartmut Bretz: „Sofas mit besonders tiefen Sitzen – eine der typischen Charaktereigenschaften unserer Kollektionen – eignen sich hervorragend zum Entspannen. Wenn die Beine hoch liegen, können Herz und Kreislauf auf ‚Wellness‘ umschalten, das alte Blut muss nicht mehr so weit aus den unteren Beinen nach oben zum Herzen zurückgepumpt werden. Die anschmiegsamen Polster, der kuschelig weiche Samt mit seiner warmen Farbgebung machen es auch für Geist und Seele leicht, die Einladung zum Wellnessurlaub zu Hause anzunehmen. Wer angesichts solch optimaler Bedingungen nicht spontan tiefe Glücksmomente erlebt, ist selbst schuld."



beyond ‚good taste‘. To be myself, to do what I enjoy. What helps me to do this on a long-term basis, what changes my life, becomes an icon for me."

**You know your customers well – what sort of people are they?**

Hartmut Bretz: „We work for people between 20 and 80 years old who want to give their home more value. For people who have retained their warmth and want to nurture it at home. For people who want to express their individuality within their own four walls. And for people who appreciate the ‚child within themselves‘ and want to give it free rein in their own home."

**Carolin, you once said ‚Designing is like travelling‘ – would you mind revealing the places you have stopped off at on the way?**

Carolin Kutzera: „Our collection definitely always has a bit of a 1970s influence. It was simply an exciting, very turbulent time. After all, in a certain way BRETZ sofas are little hippies ... shaped by a zest for life, freedom and openness. Unusual shapes and radiant colours, either mixed or on their own – anything that appeals and is fun is allowed. And one should listen to one's own heart rather than the usual norms. On a BRETZ sofa, people should live, let go and have fun. The sofa is not just a piece of furniture or a prosaic object – in the best case scenario it is my friend who makes me smile and is there for me."

**Zum Zubehör gehören passende Kissen, Spiegel und Kaffee-Tablets. Sind Ihre Betten, Sofas und Sessel vor allem etwas für chronische Faulenzer?**

Hartmut Bretz: „Die typische Leidensgeschichte unserer Zeit ist doch die vom Stress zur Überforderung zur Entfremdung zum Burnout-Syndrom. Wir schaffen mit unseren Polstermöbeln stressfreie Zonen zum Kuscheln und Faulenzen, zum Nachdenken und Lesen und sich aufeinander einlassen und zu sich





**Hartmut, you are a trained meditation and yoga instructor – can BRETZ furniture double up as ‚chill-out mats‘?**

Hartmut Bretz: „Sofas with particularly deep seats – one of the typical characteristics of our collection – are ideal for relaxation. When you put your feet up, the heart and the bloodstream switch to ‚relax‘ mode and the old blood no longer has to be pumped so far up from the lower leg to the heart. The cosy upholstery, the soft, cuddly velvet with its warm colour scheme, makes it easy for the mind and soul to accept the invitation of having a recuperating holiday at home. Those people who don't experience profound moments of spontaneous happiness under ideal conditions such as this have no one to blame but themselves.“

**The accessories include coordinating cushions, mirrors and coffee trays. Are your beds, sofas and armchairs primarily suited to those suffering from chronic laziness?**

Hartmut Bretz: „The typical affliction of our times is the progression from stress to overload to alienation to burnout syndrome. With our upholstered furniture, we create stress-free zones for cuddling and being lazy, for contemplation and reading, for engaging with each other and finding oneself. A timeout from the otherwise overpowering daily grind, and space for yearning and matters close to one's heart.“

selbst finden. Time-out also für das sonst übermächtige Hamsterrad, Bühne frei für Sehnsucht und Herzenthemen!“

**Farben spielen im Design von Bretz eine wichtige Rolle. Welche davon verkauft sich besonders gut?**

Carolin Kutzera: „Bei uns sind das typischerweise Farben, die Herzenswärme vermitteln, die unsere Verbindung zur Natur wachrufen. Also das Türkis des Meeres, Oliv und Dunkelgrün der südländischen Sommerlandschaft. Farbe ist nützlich, um die Spur von Magie hinzuzufügen, die ein Ort braucht. Farbe ist Leben.“

**Zu Ihren Kunden zählen auch viele Prominente ...**

Norbert Bretz: „Selbständige, Unternehmer und Prominente lieben starke und selbstbewusste Dinge. Sie wissen, wer sie sind und was sie mögen. Sehr viele Unternehmer, Ärzte, Musiker aus Klassik und Pop, Schauspieler und Fußballspieler aus dem In- und Ausland entscheiden sich dafür, auf unseren Möbeln zu sitzen und zu liegen. Wahre Charaktere bevorzugen nun einmal Möbel mit Charakter!“



**Colours play an important role in the designs from Bretz. Which of them sell particularly well?**

Carolin Kutzera: „With us, it is usually colours that communicate warmth, that are evocative of our relationship with nature. For example, the turquoise of the ocean, the olive and dark green of a Mediterranean summer landscape. Colour is useful for adding that touch of magic that a place needs. Colour is life.“

**Your customers include a large number of celebrities ...**

Norbert Bretz: „The self-employed, entrepreneurs and celebrities love strong and self-assured objects. They know who they are and what they like. A great many entrepreneurs, doctors, classical and modern musicians, actors and football players from Germany and abroad therefore choose to sit and lie on our furniture. After all, true characters just prefer furniture with character.“

**Which insider's tip from your new collection should we take a look at?**

Hartmut Bretz: „The design student Lisa Herzog has reinterpreted the traditional corner seat for BRETZ – our cultural heritage but with a post-modern interpretation. The BRETZ ECKBANK corner sofa is designed for small corners but boasts an enormous amount of space with a seat area of 2.40 x 1.60 metres. The pocket springs contain 1,400 individual feathers and are covered by a wonderfully cosy elastic cold foam. This is augmented by an ornate, brown hippie design from the 1970s, a brash coppery orange or the profound promise of deep purple. The corner seat has always been a place for the whole family to meet – and with the BRETZ design this will be even more the case. A redefinition, to a certain extent zero hour for genuine TV evenings, family conferences or parties with friends, as well as for the night and the morning after ...“  
And if that's not likely to become the next BRETZ icon then I don't know what is ... thank you very much for the interview.

■ [www.bretz.de](http://www.bretz.de)

**Auf welchen Geheimtipp in Ihrer neuen Kollektion sollten wir ein Auge werfen?**

Hartmut Bretz: „Die Design-Studentin Lisa Herzog interpretiert für BRETZ die klassische Eckbank neu – kulturelles Erbe also, aber postmodern interpretiert. Die BRETZ ECKBANK ist für die kleinere Ecke designt, aber mit dem riesigen Platzangebot einer Sitzfläche von 2,40 mal 1,60 Meter ausgestattet. Im Taschenfederkern stecken 1400 einzelne Federn, darüber ein wunderbar kuschelig elastischer Kaltschaum. Dazu braun verschnörkeltes Hippiedesign der 70er, schrilles Kupfer-Orange oder das tiefe Versprechen von Deep Purple Violett. Die Eckbank war schon immer Treffpunkt für die ganze Familie – und das wird sie mit BRETZ Design sicher noch viel mehr! Eine Neudefinition, gewissermassen die Stunde null für die wahren Fernsehhabende, Familienkonferenzen oder Feste im Freundeskreis und die Nacht und den Morgen danach ...“

Wenn das nicht typisch BRETZ-Ikonen-verdächtig ist ... herzlichen Dank für das Gespräch! ■

[www.bretz.de](http://www.bretz.de)