



Shahristan-Brücke, Isfahan: eine der ältesten Brücken in Persien

50 Jahre SOV:

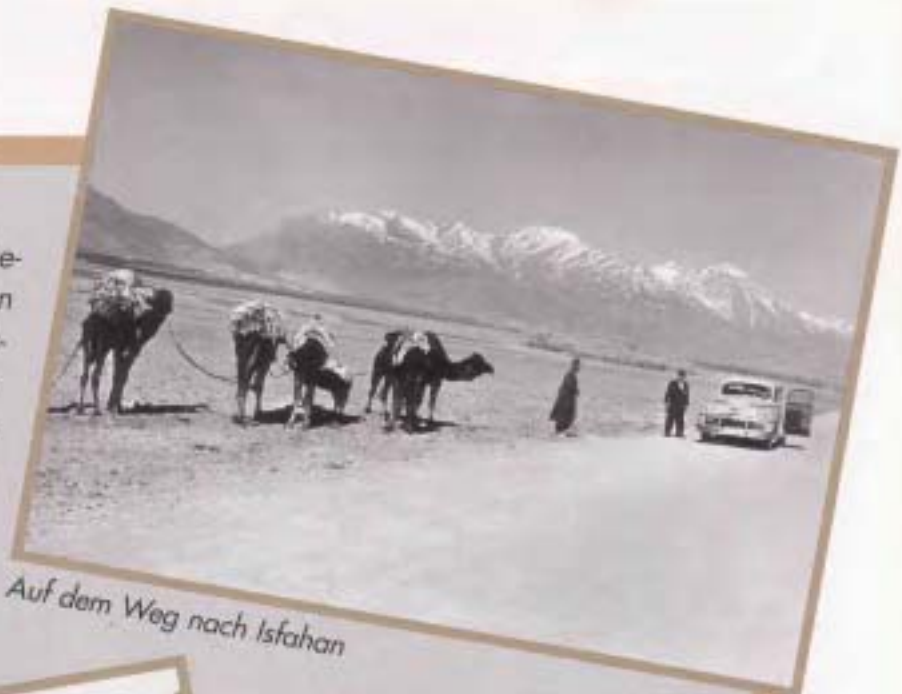
Ein Brückenschlag auf dem Teppichpfad

Nach der fernöstlichen Denkweise ist der Gegensatz stets Teil des Ganzen. Wir von der Schweizerischen Orientteppichhändler Vereinigung SOV haben immer wieder mit Gegensätzen zu tun. Die Suche nach dem Verbindenden, das Brückenschlagen zwischen den Extremen ist unsere grosse und faszinierende Herausforderung.

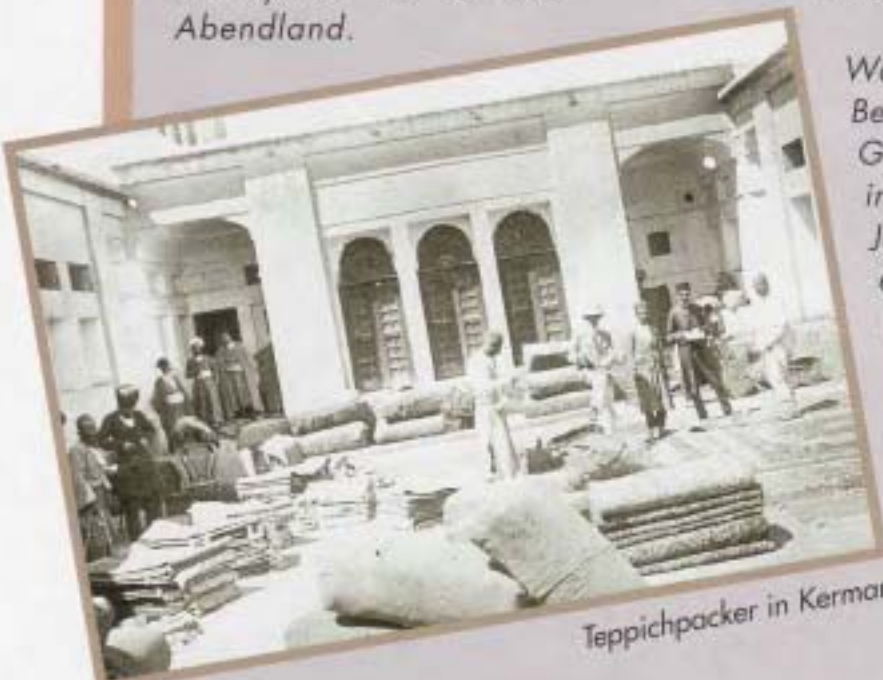
Botschafter aus dem Orient

Selbst in den frühesten Reiseberichten aus dem Orient finden Teppiche eine besondere Erwähnung. Neben Gewürzen und Seidenstoffen wurden sie schon im späten Mittelalter zur begehrten Handelsware. Träume einer geheimnisvollen, märchenhaften Welt verkörperten sie für das Abendland.

Auf dem Weg nach Isfahan



Teppichpacker in Kerman



Während Jahrhunderten blieb ihr Besitz dem Adel, später dem Grossbürgertum vorbehalten. Erst innerhalb der letzten fünfzig Jahre wurden sie für alle erschwinglich – betrug der Frankenumsatz 1944 gesamtschweizerisch etwa 60 Millionen (nach heutigem Wert) so dürfte er heute bei 400 Millionen liegen. Neben dem Kaffee ist der Orientteppich wohl der Gegenstand, der am nachhaltigsten in unsere Kultur eingeflossen ist.

Die Anfänge: Kampf um eine Marktordnung

Was gab 1944 überhaupt den Ausschlag, eine Vereinigung zu gründen? Schon damals herrschten abenteuerliche Verhältnisse im Orientteppich-Handel. Viele Anbieter nützten die Intransparenz des Marktes aus um die verunsicherten Käufer auf unfaire Art zu täuschen. Somit war naheliegend, dass die seriösen Fachgeschäfte bestrebt waren, das Vertrauen der Leute zu gewinnen. Am 27. April 1944 konstituierte sich die SOV mit fünfzehn Mitgliedern. Ihr Leitbild war gekennzeichnet durch einen selbstauferlegten Ehrenkodex mit dem Ziel, saubere Marktbedingungen zu schaffen und zu wahren. Die drei

wichtigsten Gesetze: eine ehrliche Deklaration der Teppiche, eine klare Provenienzbezeichnung und eine seriöse Preispolitik. Diese Spielregeln haben heute noch Gültigkeit und werden rigoros eingehalten. Im Bestreben, mehr Marktordnung zu schaffen, übernahm die SOV eine Vermittlerfunktion zwischen Behörden und Konsumenten. Ein grosser Höhepunkt war 1977 die Teilnahme des damaligen SOV-Präsidenten an der Handelsdelegation Iran-Schweiz unter der Leitung von Bundesrat Brugger. Man erreichte in einem entsprechenden Staatsvertrag die verbindliche Festlegung der Herkunftsbezeichnungen für iranische Teppiche. Ein in Pakistan geknüpfter Teppich mit Täbris-Muster darf seither in der Schweiz nicht



Wohnstile aus der Zeit,...

...als die SOV
gegründet
wurde



mehr nur mit „Täbris“ ausgezeichnet werden, sondern benötigt den verbindlichen Zusatz „Paki“ - die Bezeichnung „Täbris“ bleibt dem iranischen Original vorbehalten. Ein beachtlicher Erfolg, denn damit erhielt die Provenienzbezeichnung denselben Schutz wie die Appellation contrôlée beim Wein.

Ohne Vermittler spielt der Markt nicht

Als Fachgeschäft stehen wir an der Nahtstelle zwischen dem östlichen Produzenten und dem westlichen Konsumenten. Eine unserer Hauptaufgaben besteht darin, den Dialog zwischen diesen zwei Welten herzustellen und aufrecht zu erhalten. Beide haben sich in den letzten

fünfzig Jahren beträchtlich verändert. Seit 1944 sind bei uns etliche gesellschaftliche Normen und materielle Werte hinterfragt und revidiert worden. Der Teppich als Status-Symbol, der damals einfach zum gutbürgerlichen Heim gehörte, hat ausgedient. Die zunehmenden Erleichterungen des Reisens, die zahlreichen Reiseberichte im Fernsehen, aber auch die Informationen der Tagesschau haben die ferne und geheimnisvolle orientalische Märchenwelt entschleiert. Man hat einen „neuen“ Orient entdeckt und zu einer individuellen und differenzierten Einstellung zum Orientteppich gefunden. Die grosse Faszination übt heute vor allem jene Welt aus, die unsere westliche am stärksten kontrastiert: die Nomaden. Als würde



Von der Repräsentation zur Liebhaberei

Teppichgeschichte ist immer auch Wohngeschichte. Vor fünfzig Jahren gehörte ein Orientteppich selbstverständlich zu einer guten Einrichtung; wer etwas auf sich hielt, hatte im Wohnzimmer einen "Perser". Für den Käufer waren in erster Linie Grösse, Farbtöne und Preis von Bedeutung. Seit der Orientteppich jedoch seinen Repräsentationscharakter verloren hat, findet er eine persönliche Wertschätzung. Die heutige Käuferschaft ist anspruchsvoller und interessierter; sie will mehr vermittelt haben. Dies und die individuellen Wohnstile unserer Kunden erfordern gut geschulte Verkäufer. Die Aus- und Weiterbildung der Teppichfachhändler ist eines der zentralen Anliegen der SOV. Denn mit dem Wissen rund um den Teppich wächst auch die Begeisterung dafür.



die Urwüchsigkeit und Wildheit der Turkmenen, Yürüken, Kurden, Gaschgais oder Kaukasen uns in einer zunehmend genormten Umwelt etwas ersetzen. Die wichtigsten klassischen Knüpfregionen, der Iran, die Türkei, Turkmenistan und der Kaukasus, reagierten wenig oder überhaupt nicht auf diese Veränderungen. Ganz im Gegenteil: die Herstellung entwickelte sich immer mehr in Richtung Perfektionierung und Standardisierung durch vermehrte Manufaktur-Arbeit, also an den Marktbedürfnissen vorbei.

Die Kleinen und die Grossen

Eine wichtige Entwicklung auf dem Teppichmarkt setzte in den 60er Jahren ein. Die ste-

tig steigenden Lebenshaltungskosten in den klassischen Knüpfländern verteuerten den Orientteppich. Für breite Bevölkerungsschichten war er unerschwinglich. Diesem Umstand halfen orientalische Länder mit grosser Bevölkerung und noch niederen Lebenshaltungskosten, wie Pakistan, Indien oder China, ab. Mit dem Know-how iranischer Fachleute begannen sie Nachknüpfungen in grossem Ausmass und auf Bestellung zu produzieren. In dieser Situation polarisierte sich der Orientteppich-Markt hierzulande immer deutlicher: Die kleineren und mittleren, persönlich geführten Geschäfte spezialisierten sich auf die ursprünglichen Original-Teppiche, während die nachbestellbaren Norm- und Serienteppiche mit



Bidjar



Kasch



Heriz

12

dem Tiefpreisargument in die Kanäle der Grossverteiler gelangten. In der SOV fanden diejenigen Fachgeschäfte zusammen, die den Orientteppich als unverfälschtes Kulturgut pflegen – Grossverteiler sind keine dabei.

Von der Defensive in die Offensive

Die Akzente der Aufgaben haben sich in den letzten fünfzehn Jahren stark verlagert. Lag das Schwergewicht der SOV-Aktivitäten in den Gründungsjahren auf der Errichtung und Erhaltung einer Marktordnung, so stellt sich heute die Herausforderung, direkt am Markt einzuwirken. Die Tatsache, dass die Teppichknüpfer im Iran und in der Türkei an den Bedürfnissen der

50 Jahre – in Teppichen erzählt

Für einen Teppichhändler drückt sich Zeit immer auch so aus: In den Regalen gesellen sich die Stücke, die dazumal entstanden sind, den alle zwischen 1900 und 1940 hergestellt und in unseren Geschäften anzutreffen war. Solche Stücke sind "Zeit ist wertvoll", sagt der Volksmund. Wie wertvoll bemessen, die die Teppiche innerhalb von fünf Jahren

Detailverkaufspreis

Bachtiar	143 x 205 cm	Fr. 675
Bidjar	142 x 205 cm	Fr. 1'575
Heriz	260 x 353 cm	Fr. 1'975
Kaschgay	118 x 185 cm	Fr. 385
Keschan	134 x 206 cm	Fr. 975
Sarouk	97 x 160 cm	Fr. 525

europäischen Kunden vorbeiproduzieren, kann nicht einfach so hingenommen werden. Andererseits sollte aber auch verhindert werden, dass die Teppichtradition durch europäisches Design verdrängt wird. Nur ein gleichberechtigter Dialog zwischen der neuen Generation von Herstellern und Einkäufern kann die nötigen Impulse geben.



in Teppichen aus; zu den Ereignissen einer Dekade sind. Die sechs hier abgebildeten Beispiele wurden repräsentativ für die Auswahl, die vor fünfzig Jahren Teppiche sind heute noch im Handel zu finden. Soll sie ist, lässt sich anhand der Preisentwicklung der letzten Jahrzehnte erfahren haben.

Jahr 1944	Detailverkaufspreis 1994	effektive Wertsteigerung*
Fr. 16'000.-	Fr. 13'300.-	
Fr. 9'000.-	Fr. 2'700.-	
Fr. 22'000.-	Fr. 14'100.-	
Fr. 16'000.-	Fr. 14'460.-	
Fr. 17'000.-	Fr. 13'100.-	
Fr. 16'000.-	Fr. 13'900.-	

*indexbereinigt

Oftmals geht es nämlich nur um kleine Veränderungen in den Massen, der Farbgebung oder der Qualität traditioneller Provenienzen. Deren ethnographische Eigenart soll hingegen nicht angetastet werden. Dass dies möglich ist, hat uns das Beispiel Gabbeh Art gezeigt. Der Keim zur Entwicklung von Gabbeh Art wurde 1989 in einem

behäbigen Berner Bauernhaus gelegt, als ein südiranischer Teppichhändler beim Einkäufer der SOV zu Besuch war. Das Gespräch drehte sich unter anderem um die fast unbekannteren Gabbeh-Nomadenteppiche, die nur in kleinen Formaten geknüpft wurden, aber mit ihrer spontanen Art eine unwiderstehliche Anziehungskraft hatten. Könnten Gabbehs nicht in der Grösse unseren Raumproportionen angepasst werden? Die Beibehaltung ihrer charakteristischen Eigenart war dabei unbedingte Voraussetzung. Die ersten Gespräche mit Nomadenfrauen waren nicht ermutigend; es stellte sich heraus, dass dazu grosse Knüpfstühle mit starken Holz-, besser noch Metallrahmen, benötigt wurden. Zum anderen



Gabbeh (127 x 183 cm)



Gabbeh Art (167 x 187 cm)



Gabbeh Art (79 x 105 cm)

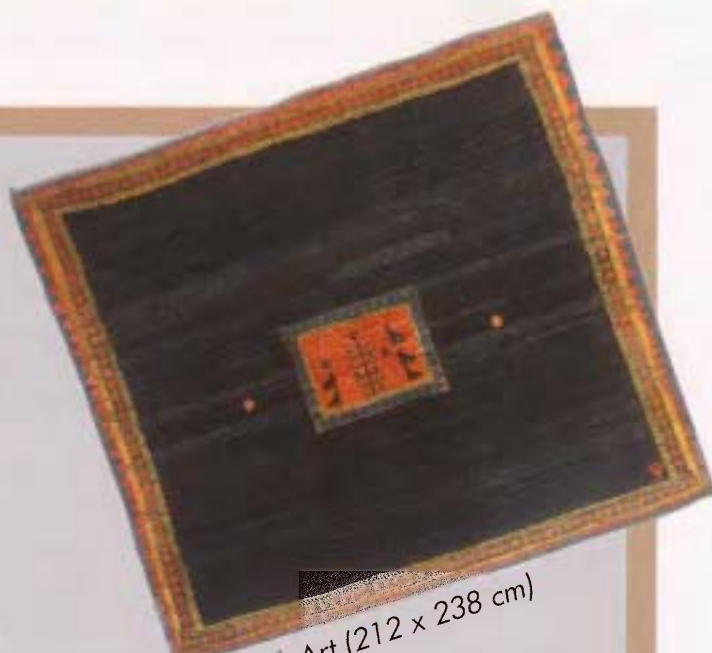
waren die Qualitätsvorgaben für Wolle, Färbung und Knüpfung hoch. Doch erfüllbar. Nach kurzer Einarbeitungszeit und einigen Versuchen, die traditionelle Gestaltung auf grössere Flächen umzusetzen, entstand aus dem jahrhundertealten Gabbeh der Gabbeh Art, dessen Name als Markenzeichen für die SOV-Fachgeschäfte geschützt wurde. Die Herstellung der Gabbeh Art Teppiche erfolgte niemals auf Bestellung, denn die SOV wollte dem kreativen Einfallsreichtum der Nomaden möglichst freien Spielraum lassen. Jedes Exemplar wurde vor Ort ausgesucht.

Ein Erfolg, der um die Welt geht

Viele SOV-Fachhändler begeisterten sich auf Anhieb für den neuen Gabbeh Art. Mit viel Engagement kamen erste Ausstellungen und Vorträge zustande. Was dann geschah, kann man nur noch als „Swatch-Effekt“ beschreiben: über Nacht wurde der Gabbeh Art zum beliebtesten Orientteppich. Es war die Wiedergeburt einer uralten Stammestradiation in neuer Form. Gabbeh Art hat unterdessen europaweit ein Echo gefunden, dementsprechend viele Nachahmungen - grösstenteils in Manufakturen und auch ausserhalb des Irans nachgeknüpft - kommen auf den Markt. Was heute unter der Bezeichnung „Gab-



Gabbeh Art (149 x 225 cm)



Gabbeh Art (212 x 238 cm)



Gabbeh Art (195 x 200 cm)

Gabbeh Art – Die Kunst des Dialogs

Hätten Sie den traditionellen Gabbeh auf Anhieb erkannt? Im Wesentlichen unterscheidet er sich durch das Format von den neueren Gabbeh Art, denn die Gaschgai-Nomadin knüpfte auf ihrem transportierbaren Knüpfstuhl vorwiegend Kleinformate. Auch verwendete sie häufiger einen naturfarbenen Fond; das Einfärben von grösseren Wollmengen war für die Knüpferin sehr aufwendig. Seit sie jedoch ihre Wolle einem Färber bringen kann, gibt sie kräftigen Farbtönen den Vorzug. Und ermuntert durch den Anklang, den ihre Teppiche bei uns finden, entwickelt sie aus den alten Motiven neue Variationen.

beh“ angeboten wird, hat eine Eigendynamik entwickelt in einem Ausmass, das von der SOV nicht mehr überblickt werden kann. In den SOV-Fachgeschäften wird jedoch nach wie vor der Gabbeh Art aus dem Zagros-Gebirge angeboten, für dessen Originalität und Qualität wir uns verbürgen.

Mit dieser Pionierarbeit ist der SOV der schönste und greifbarste Brückenschlag gelungen, denn er verbindet den handwerklichen Kunstsinn der Nomaden mit dem Heim unserer Kunden. Auf diesen Erfolg sind wir stolz. Trotzdem wollen wir bescheiden bleiben, denn was bedeuten schon fünfzig Jahre Gemeinschaft in einer Teppichgeschichte, die, nachgewiesen durch den Fund des Pzyrik-Teppichs, mindestens 2500 Jahre alt ist?

Wir hoffen einfach, dass unter der Führung der Hand der Fatima die SOV-Gemeinschaft noch einige derartige Brücken schlagen kann, um auf dem Teppichpfad dazu beizutragen, die Kulturen zwischen Ost und West einander näher zu bringen.

Rico Gorini

