

Berber rugs 2016 | *Berber-Teppiche 2016*

An adolescent market grows up

Ein adoleszenter Markt wird erwachsen

by | von Gebhart Blazek

If you look at the current European and American markets for old, authentic Moroccan Berber rugs, you could say that the market back in the late 1990's was a relatively small niche market, which has passed through different periods of appreciation during the 20th century but has never become a mass market.

At the beginning of the 21st century, this niche suddenly became something for the majority, and it has attained international popularity at a speed that would have appeared impossible before. The last decade was definitely a boom phase with many highs and lows, as is usual between an easy going childhood and the later years of being grown-up.

Where is the market at today? Has it finally got past puberty? Where are the chances for the future and what do they look like?

Betrachtet man heute den europäischen und amerikanischen Markt für alte, authentische marokkanische Berberteppiche, kann man im Rückblick sagen, dass es sich bis in die späten 1990er Jahre um einen verhältnismäßig kleinen Nischenmarkt gehandelt hat, der im Lauf des 20. Jahrhunderts unterschiedliche Epochen der Wertschätzung durchlaufen hat, aber nie ein Massenmarkt wurde.

Mit dem Beginn des 21. Jahrhunderts wurde diese Nische plötzlich mehrheitstauglich und gewann mit vorher nicht für möglich gehaltener Geschwindigkeit international an Popularität. Die letzte Dekade war sicherlich eine Boomphase mit vielen Höhen und Tiefen, wie sie zwischen einer verträumten Kindheit und den späteren Jahren des Erwachsenseins typisch sind.

Wo steht nun dieser Markt heute? Hat er die Pubertät endgültig hinter sich? Wo liegen die Chancen für die Zukunft und wie kann diese aussehen?

Ein Rückblick

Dazu sei zuerst ein kleiner Rückblick erlaubt: In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts erschloss sich im Zuge des aufstrebenden Kolonialismus und den damit entstehenden besseren Handelszugängen dem europäischen Bürgertum der Zugang zu orientalischen Teppichen, die davor ein Privileg des Adels waren. Die Teppiche wurden aufgrund ihrer feinen und fremdartigen Ornamentik geschätzt, die bürgerlichen Interieurs waren reichhaltig und opulent.

Mit den ersten Strömungen der Moderne im frühen 20. Jahrhundert begannen Architekten über schlichere Konzepte nachzudenken: Otto Wagner forderte (und entwarf) Teppiche, die sich darauf beschränkten, ei-



Photo: © paul ott photographiert

Small-scale manufacturing for commercial berber carpets, Azilal region.
Kleinmanufaktur für kommerzielle Berber-Teppiche, Azilal-Gebiet.

A review

Before dealing with that, a brief review is needed: in the second half of the 19th century, the European bourgeoisie obtained access to oriental rugs and carpets, which were previously a privilege of the aristocracy, during the emerging colonialism and the resulting, improved trade routes. The rugs were appreciated due to their refined, foreign ornamentation, and the bourgeoisie interiors were rich and opulent.

With the first influences of modernity in the early 20th century, architects started to think about more simple concepts: Otto Wagner called for (and designed) carpets, which, on the one hand, were limited to supporting the colour concept of a room and, on the other, conveying the acoustic and haptic feeling of well-being in the room. After all, the ornament should serve to provide spatial zoning or create a kind of guide through the rooms.

Le Corbusier was just as radical when stating that rooms should be based on three pillars: an industrial, a cultural and an archaic component. Berber rugs provided the latter for him, which he appreciated because they (literally) 'flicker on the floor' (and should therefore create a feeling of comfort similar to that of sitting round a campfire). As a result of this, the Berber rugs experienced a certain amount of propagation in modernist architecture and the artistic avant-garde of the interwar period.

In the 1960's, Morocco experienced a commercialisation of white Berber rugs with simplified designs and a robust structure with a woven cotton base adapted to use. This production stems from large manufacturing firms in Rabat and Salé, and they are still producing rugs in a pretty much unchanged form for the price-conscious furnishing market.

In addition to this, a niche market for old, authentic Berber rugs developed over a period of decades in the upmarket furnishing sector. Switzerland played a pioneering role here, where the room concepts developed in modern times were still being maintained, and where a few dealers have traded with Berber rugs since the 1930's. >



Photo: © paul otti photographiert

Typical reception room in the Ait Bouguemez valley, Azilal region, central high Atlas mountains.

Typischer Empfangsraum im Ait Bouguemez-Tal, Azilal-Region, Zentraler Hoher Atlas.

nerseits das Farbkonzept eines Raumes zu unterstützen und andererseits das akustische und haptische Wohlbefinden im Raum zu tragen. Das Ornament sollte ausschließlich dazu dienen, räumliche Zonierungen zu ermöglichen oder eine Wegführung anzuzeigen.

Ähnlich radikal forderte Le Corbusier, dass ein moderner Raum auf drei Säulen aufgebaut sein sollte: jeweils einer industriellen, einer kulturellen und einer archaischen Komponente. Letztere erfüllten bei ihm die Berber Teppiche, die er (wörtlich) für ihr ‚Flimmern am Boden‘ schätzte (und die damit ein ähnliches Wohlbefinden schaffen sollten, das wir etwa mit einem Lagerfeuer verbinden). Die Berberteppiche erlebten in Folge eine gewisse Verbreitung in Kreisen der Architekturmoderne und der künstlerischen Avantgarde der Zwischenkriegszeit.

In den 1960er Jahren folgte in Marokko eine Kommerzialisierung der weißen Berberteppiche mit simplifizierten Designvarianten und einer dem Bedarf angepassten robusten Struktur mit Baumwollgrundgewebe. Diese Produktionen sind in großen Manufakturbetrieben in Rabat und Salé ansässig und produzieren auch heute noch in weitgehend unveränderter Form für den preisbewussten Einrichtungsmarkt. >

In the 1970's and 1980's a sort of collector scene developed for Moroccan rugs, above all in the USA, which focussed on a kind of Oriental 'set of values' with characteristics such as fineness, as old as possible, etc.

The market today

The current market has its roots in the early 1990's, and was influenced decisively by the role models of classical modernity that was cultivated in the inventories and private collections of the Swiss dealers over the decades.

An apparently 'modern' image, which can be seen above all in rugs from the Middle Atlas region and the Haouz plains to the west in the area surrounding Boujad, came to the fore. The desire for the unexpected, spontaneous supplanted the appreciation of the principles of order known from the Orient. The corporeity of the rug as a place to play within the living area replaced the desire for a visible status.

Thanks to a small but very focussed collector scene in Europe, a market and also an appreciation of eccentric, artistically demanding rugs and carpets developed. The following conferences, museum exhibitions, publications and their presence at high end art and antique fairs ensure additional attention.

And when the US market started to show an interest in the early 2000's for Moroccan rugs, and the dissemination of information and images via digital media started to increase in importance, rapid development ensued.

As was the case with the Iranian Gabbehs in the 1980's and 1990's, the rapidly rising demand could no longer be satisfied by the number of old rugs coming from the remote regions. The American market was also demanding the typical US 'room-size' formats, which had never existed in the traditional nomadic and agricultural regions.

The rising demand was initially covered using manipulated older carpets and rugs, in which the stereotype and the less popular patterns were exchanged for more marketable ones. The manipulations were ›

Illegal copies of this carpet designed by Jan Kath in the Beni Ouarain style were in recent years also sold under the problematic "vintage" label.

Matrix. Le Maroc Blanc.

Jan Kath, 21st Century Rugs.



Illegale Kopien dieses von Jan Kath entworfenen Teppichs im Beni-Ouarain-Stil wurden in den vergangenen Jahren auch unter dem problematischen Label "vintage" verkauft. Matrix. Le Maroc Blanc. Jan Kath, 21st Century Rugs.



Daneben etablierte sich über Jahrzehnte hinweg im gehobenen Einrichtungshandel punktuell ein Nischenmarkt für alte, authentische Berberteppiche. Eine besondere Vorreiterrolle kommt hier der Schweiz zu, wo die in der Moderne erarbeiteten Raumkonzepte immer weiter gepflegt wurden und eine Reihe von Händlern auch seit den 1930er Jahren durchlaufend Berber gehandelt haben.

In den 1970er und 1980er Jahren entwickelte sich vor allem in den USA eine gewisse Sammlerszene für marokkanische Teppiche, die sich noch eher an einem ‚Wertekatalog‘ orientalischer Prägung wie Feinheit, möglichst hohem Alter etc orientierte.

Der Markt heute

Der heutige Markt hat seine Wurzeln in den frühen 1990er Jahren und wurde entscheidend von den Vorbildern der klassischen Moderne geprägt, wie sie im Inventar und den Privatsammlungen des Schweizer Handels über Jahrzehnte gepflegt wurden.

Eine scheinbar ‚moderne‘ Bildsprache, die man vor allem in Teppichen des Mittleren Atlas und der westlich vorgelagerten Haouz Ebene in der Region um den Ort Boujad findet, trat in den Vordergrund. Die Lust am Unerwarteten, Spontanen verdrängte die Wertschätzung für die aus dem Orient bekannten Ordnungsprinzipien. Die Körperhaftigkeit des Teppichs als Spielwiese im Wohnraum löste das Verlangen nach sichtbar gemachtem Status ab.

Mit einer kleinen aber sehr fokussierten Sammlerszene in Europa entwickelte sich ein Markt und eine hohe Wertschätzung für ausgefallene, künstlerisch anspruchsvolle Teppiche. Die folgenden Konferenzen, Museumsausstellungen, Publikationen und die Präsenz auf hochwertigen Kunst- und Antiquitätenmessen sorgten für weitere Aufmerksamkeit.

Als sich schließlich in den frühen 2000er Jahren einerseits der US-Markt für marokkanische Teppiche zu interessieren begann, andererseits die mediale Verbreitung der Information und Bilder über digitale Medien zunehmend an Bedeutung gewann, trat eine geradezu explosionsartige Entwicklung in Kraft.

Photo: Jan Kath, Bochum



Photo: Gebhart Blazek, Berber-Arts, Graz



Photo: Gebhart Blazek, Berber-Arts, Graz

This loincloth from the Mbuti pygmies, Congo (37 x 73 cm, 1' 3" x 2' 5") served as a template for a series of manipulated or newly finished carpets in the "Beni Ouarain" style with black, blue or violet designs. *Dieser Lendenschurz der Mbuti-Pygmänen, Kongo (37 x 73 cm) diente als Vorlage für eine Reihe von manipulierten bzw. neu angefertigten Teppichen im "Beni Ouarain"-Stil mit schwarzer, blauer oder violetter Zeichnung.*

Ähnlich wie bei den iranischen Gabbeks in den 1980er und 1990er Jahren war die rapide steigende Nachfrage durch die aus abgelegenen Regionen kommenden alten Teppichen alleine nicht mehr zu befriedigen. Zusätzlich verlangte der amerikanische Markt nachdrücklich nach den US-typischen ‚roomsized‘ Formaten, die es in der nomadischen beziehungsweise bäuerlichen Tradition nie gegeben hat.

made unrecognisable using ‚antique washes‘, which were also appropriate for the market.

Following this, the know-how gained with these relatively simple forgeries was used by small, regional producers to create completely new kinds of rugs, the designs and formats of which were adjusted in line with the needs of the market. These adapted productions were still marketed as ‚old‘ and the term ‚vintage‘, which was coined in the US, established itself in the vocabulary of the international sector. This term was not very meaningful with regard to the actual age of the rugs, but it was meant to show that they came ‚from the time‘ when they were actually used by the ‚nomads‘.

Zuerst wurde die steigende Nachfrage einerseits durch manipulierte ältere Teppiche gedeckt, bei denen das stereotype und am Markt weniger nachgefragte Muster gegen ein besser vermarktbare ausgetauscht wurde. Die Manipulationen wurden mit einer ebenfalls markt-konformen ‚Antikwäsche‘ unkenntlich gemacht.

In weiterer Folge wurde das bei diesen verhältnismäßig simplen Fälschungen erworbene Know-how in kleinen regionalen Produktionen angewandt um gänzlich neue Teppiche herzustellen, die sowohl in Zeichnung als auch den Formaten den Bedürfnissen des Marktes angepasst

These confusing terms were fostered even more by the fact that the strong development of digital media was opening up new sales channels that enabled laymen without any knowledge of the sector to enter the (international) trading markets.

Beni Ouarain in the desired format

A counter-movement started in the market when Jan Kath, who was followed by other producers, recognised the chances of manufacturing rugs with the characteristic high-pile white Beni Ouarain style ‚on demand‘ and in the desired format. For obvious reasons, it is impossible to market these pieces as ‚vintage‘, and Kath treated the dubious market methods in his own marketing activities with irony by actively marketing his Moroccan rugs with the label ‚21st century rugs‘.

Kaths ‚Le Maroc Blanc‘ collection won the Domotex ‚Carpet Design Award‘ in 2009 and 2014, which signalised as such a turnaround in the market: In the past few years, the scepticism towards Moroccan producers and dealers regarding the provision of honest age declarations has steadily made way for a new kind of self-confidence, which means own new designs and offers are being placed in the contemporary design carpets and rugs segment.

This may be related to the fact that the ‚gold rush‘ phase, in which in every Moroccan rug could be sold for a highly profitable price, is slowly but surely coming to an end.

This hype was fostered on the one hand by the fact that Berber had played a completely insignificant role for American dealers for a long time, above all because these rugs were hardly appreciated by the traditional dealers. From the beginning of the 2000's, however, their presence in opinion-forming magazines like ‚Architectural Digest‘, ‚World of Interiors‘ and ‚Wallpaper‘ was increasing, and the demand from interior designers also promoted the willingness of dealers to look into this topic as quickly as possible. On the other hand, traditional dealers were pretty much being forced to establish on-site warehouses due to the increasing number of online offers from small start-up companies. >

wurden. Diese adaptierten Produktionen wurden immer noch als ‚alt‘ vermarktet und im internationalen Branchenvokabular setzte sich der aus dem US-Markt stammende Begriff ‚vintage‘ allgemein durch, der zwar einerseits bezüglich des tatsächlichen Alters wenig aussagekräftig ist, andererseits aber klar signalisieren soll, dass es sich um ‚aus der Zeit‘ stammende ‚nomadische‘ Eigenbedarfsteppiche handelt.

Diese Begriffsverwirrungen wurden zusätzlich durch den Umstand begünstigt, dass die starke Entwicklung der digitalen Medien neue Vertriebswege eröffnet, die auch Laien ohne jegliche Branchen-Vorkenntnisse einen kostengünstigen Einstieg in den (internationalen) Handel ermöglicht.

Beni Ouarain im Wunschformat

Eine gegenläufige Bewegung im Markt entstand, als zuerst Jan Kath und in weiterer Folge auch andere Produzenten die Chance erkannten, Teppiche im charakteristischen hochflorig weißen Beni Ouarain-Stil ‚on demand‘ und auf Maß anzufertigen. Naheliegender Weise ist es unmöglich, diese Stücke als ‚vintage‘ zu vermarkten und Kath ironisierte in seinem Marketing die dubiosen Marktpraktiken indem er seine marokkanischen Teppiche offensiv mit dem Label ‚21st century rugs‘ bewarb.

Der zweimalige Gewinn des Domotex ‚Carpet Design Award‘ von Kath's ‚Le Maroc Blanc‘ Kollektion in den Jahren 2009 und 2014 signalisiert insofern eine Trendwende am Markt: In den vergangenen Jahren ist die Skepsis der marokkanischen Produzenten und Händler gegenüber einer ehrlichen Altersdeklaration schrittweise einem neuen Selbstbewusstsein gewichen, die eigenen neuen Entwürfe und Angebote im Segment der zeitgenössischen Designteppiche zu platzieren.

Das mag auch damit im Zusammenhang stehen, dass die ‚Goldrausch‘-Phase, in der jeder marokkanische Teppich hoch profitabel verkaufbar erschien, sich langsam aber sicher dem Ende zu neigt.

Dieser Hype wurde einerseits dadurch begünstigt, dass im amerikanischen Handel Berber lange Zeit eine völlig untergeordnete Rolle spielten, vor allem weil die- >

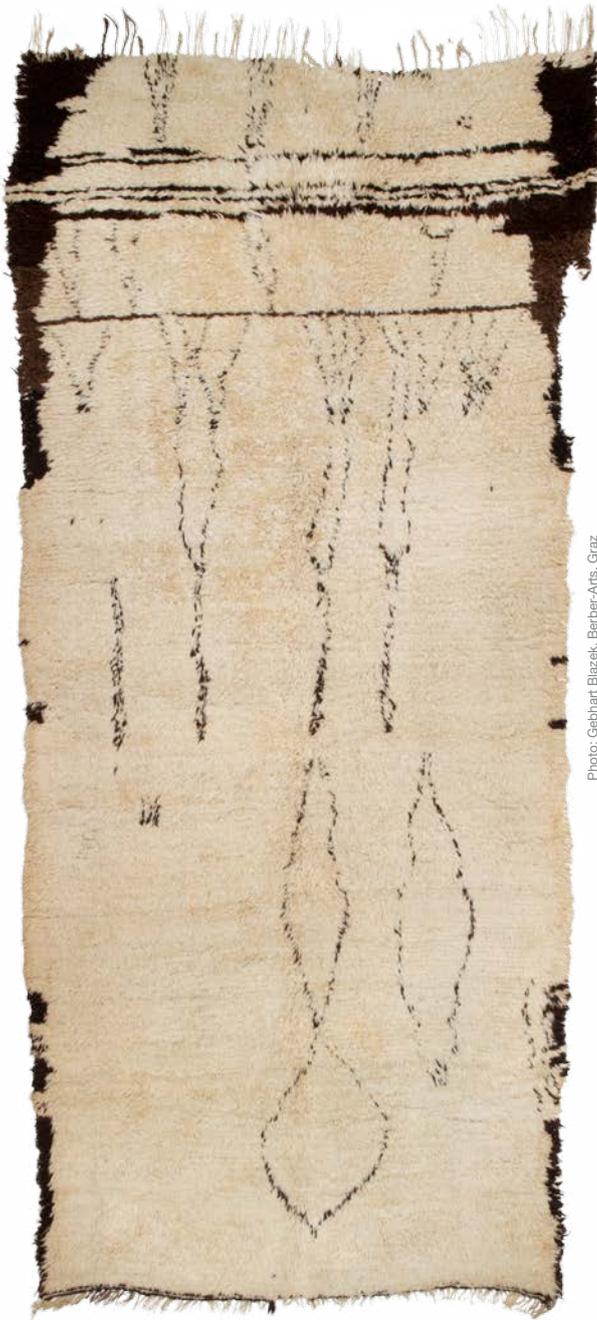


Photo: Gebhart Blazek, Berber-Arts, Graz

Beni Ouarain,
mid 20th cent.,
405 x 185 cm
(13' 3" x 6' 1").
Beni Ouarain,
Mitte 20. Jh.,
405 x 185 cm.

The end of the boom ?

At the moment the boom phase does however appear to be coming to an end, as can be seen in the small details and also with the appropriate market knowledge. Competitive pressure and a certain amount of over-supply in the market already appear to be so large, that a certain disengagement can be seen.

For example, a dubious Internet auction platform in the USA recently offered an alleged ‚collection‘ for

sen Teppichen von Seiten des traditionellen Handels nur sehr geringe Wertschätzung zu kam. Ab den frühen 2000er Jahren wurde aber einerseits die Präsenz in den meinungsbildenden Zeitschriften wie ‚Architectural Digest‘, ‚World of Interiors‘ oder ‚Wallpaper‘ immer größer und auch die Nachfrage von Seiten der Interior Designer förderte die Bereitschaft des Handels sich mit dem Thema schnellstmöglich zu befassen. Andererseits wurde der klassische Handel zusätzlich durch die aufkommenden Online-Angebote von kleinen Startup Unternehmen geradezu dazu genötigt, sich direkt vor Ort verfügbare Lager zuzulegen.

Das Ende des Booms ?

Zum aktuellen Zeitpunkt scheint die Boom-Phase sich langsam aber doch dem Ende zu zu neigen, wie in kleineren Details und bei genauerer Marktkenntnis sichtbar wird. Der Konkurrenzdruck und ein gewisses Überangebot am Markt scheinen bereits so groß zu werden, dass sich erste Absatzbewegungen zeigen.

Zum Beispiel bot zuletzt eine dubiose Internet-Auktionsplattform in den USA angebliche ‚Sammlungen‘ zum Verkauf an, die sich bei genauerer Betrachtung offenkundig als überschüssiger Lagerbestand zweit- oder drittklassiger Händler erweisen. Erkennbar daran, dass darin größere Mengen neu produzierter US- ‚Roomsize‘-Formate enthalten sind bzw. überwiegend Teppichtypen angeboten werden, die erst in den letzten Jahren am marokkanischen Markt aufgetaucht waren. Insgesamt typische Händlerware, die niemals in einer Sammlung Eingang finden würde.

Gleichzeitig findet man bei einzelnen Händlern oder Handelsplattformen zunehmend Abverkaufsaktionen mit Preisnachlässen von 30% bis 50%, was in den vergangenen 15 Jahren bei marokkanischer Ware zumindest äußerst selten war.

Gleichzeitig versuchen prominentere Plattformen wie Istdibs und manche Auktionshäuser sich zusehends mit größerer Seriosität bei den Bezeichnungen und den bisher oftmals sehr fragwürdigen Altersangaben von der Konkurrenz abzuheben. Ähnliche Veränderungen hin zu mehr Genauigkeit einerseits und anspruchsvolleren Stücken andererseits zeichnen sich – verbunden

sale, which, when looked at more closely, was obviously just excess stock from second or third rate dealers. Evidence of this was that the goods included large quantities of newly-produced US ‚room-size‘ formats or mainly carpet types which have only cropped up on the Moroccan market in the last few years. Overall, dealer goods that would never find their way into a collection.

At the same time, an increasing number of sales promotions are taking place with individual dealers or trading platforms with price reductions of 30% to 50%, which was extremely rare over the past 15 years, especially in relation to Moroccan goods.

What's more, prominent platforms like 1stdibs and some auction houses are trying to set themselves apart from the competition with an increasing amount of seriousness in relation to the designation of age details, which have often been very questionable in the past. Similar changes, such as increased accuracy on the one hand and more demanding pieces on the other – in connection with the willingness to pay more – above all in the higher quality segment, are clearly visible.

As a consequence of these developments, it can be observed in the Moroccan market that the strong demand for high quality, authentic old rugs and carpets over the past two years has led to clear price increases, on the one hand, while, on the other, the mid-range segment is increasingly coming under pressure, and the cheap segment would only appear to be sellable within a really tight price range at the moment.

New productions

In parallel to this, the area of new productions appears to be increasing in importance. As a pioneer in the highest quality segment, some examples like Jan Kath and his ‚Le Maroc Blanc‘ collection must be mentioned here, which has received the fair trade certification ‚Label Step‘ and links international know-how with regional knowledge and traditional Berber handcraft.

Ironically, however, other important new producers have obtained their skills and aesthetic training >

mit der Bereitschaft dafür auch mehr Geld in die Hand zu nehmen – besonders im oberen Qualitätssegment deutlich ab.

Als Konsequenz dieser Entwicklungen ist am Markt in Marokko zu beobachten, dass einerseits die stark nachgefragten Spitzenqualitäten der authentischen, alten Teppiche in den vergangenen zwei Jahren eine deutliche Preisentwicklung nach oben vollzogen haben, andererseits das Mittelsegment zusehends unter Druck gerät und das Billigsegment augenblicklich nur mehr innerhalb recht enger Preislimits verkaufbar erscheint.

Neuproduktionen

Parallel dazu scheint der Bereich der Neuproduktionen stark an Bedeutung zu gewinnen. Als Vorreiter im obersten Qualitätssegment seien hier einerseits Beispiele wie Jan Kath und seine ‚Le Maroc Blanc‘ Kollektion erwähnt, die von ‚Label Step‘ fair trade zertifiziert arbeiten und internationales Know-how mit regionalem Wissen und traditionellem Berber-Handwerk verknüpfen.

Ironischerweise haben andere wichtige Neuproduzenten ihre Fertigkeiten und ästhetische Schulung in der jahrzehntelangen Herstellung der besten Fälschungen erworben und wenden diese heute vor allem in der Produktion marktgerechter Großformate an.

‚Fair trade‘ oder vergleichbare Zertifizierungen sind diesen Herstellern ebenso fremd wie den Produzenten der heute am Markt gängigen Teppiche im ‚Beni-Ouarain-Stil‘, die in den unterschiedlichsten Preissegmenten angeboten werden. Üblich sind dabei eher Strukturen und Hierarchien, die regionalen Traditionen folgen und stark vom ortsüblichen Angebot und Nachfrage an Arbeitskraft geprägt werden. Obwohl dieser Sektor in mancherlei Hinsicht nicht europäischen oder amerikanischen ethischen Normen entsprechen mag, ist er im Land sicherlich von hoher volkswirtschaftlicher Bedeutung. Ähnliches gilt für Produktionen, die seit Jahrzehnten in unterschiedlicher Stilistik für den Tourismusmarkt produzieren.

Zusammenfassend lässt sich die aktuelle Situation in Marokko durchaus als dynamisch beschreiben. Ein Markt, der jahrzehntelang in Warteposition verharrt >

during the many years of producing the best forgeries, and are now using these in the production of large formats as demanded by the market.

„Fair trade“ or comparable certifications are unknown to these manufacturers, just as they are to the producers of the rugs and carpets in the Beni-Ouarain style, which are common within the market nowadays and offered in a wide variety of price segments. Structures and hierarchies are common here, which follow regional traditions and are characterised by the local supply and demand for workers. Although this sector does not correspond with European or American ethical standards in many respects, it is definitely of significant economic importance for the country. The same applies for producers who have been manufacturing products in different styles for the tourism market for many decades.

In summary, the current situation in Morocco can definitely be described as dynamic. A market that was stuck in the waiting position for many decades, but over the past 10 to 15 years has received a virtual avalanche of recognition that it well deserves.

Some developments have happened so quickly that the ability to develop long-term, sustainable strate-

hat und in den letzten 10 bis 15 Jahren geradezu lawinenartig ein ihm zustehendes Maß an Anerkennung erfahren hat.

Manche Entwicklungen sind dabei so schnell gegangen, dass sich erst in einer ersten Phase der Beruhigung die Möglichkeit bietet, längerfristige und nachhaltige Strategien zu entwickeln.

Bei den tatsächlich alten oder ‚vintage‘ Teppichen ist die Verfügbarkeit naturgemäß endlich und die starke Nachfrage der letzten Jahre hat das Angebot mittlerweile spürbar ausgedünnt. Gute Stücke werden in Zukunft sicherlich noch deutlich im Preis steigen, das mittlere und vor allem das untere Segment werden nach Abflauen des Booms wohl eher an Bedeutung verlieren.

Die größten Chancen, insbesondere in volkswirtschaftlicher Sicht, bietet in Zukunft sicherlich das Feld der Neuproduktionen. Da Marokko – anders als alle anderen Teppich produzierenden Länder – nach wie vor über eine äußerst vitale ländlich-handwerkliche Produktion für den bäuerlichen Eigenbedarf verfügt, ist ein weltweit einzigartiges kreatives Potential in großer Breite vorhanden, das eine unschätzbare wertvolle Ressource darstellen kann, wenn es in richtiger Weise genutzt wird.

About the author

Gebhart Blazek is an independent researcher and specialist dealer for old Moroccan rugs and textiles who has been working in this sector since 1996. Since 1992, he has spent more than 18 months on field research in Northern Africa and often supports international conferences and specialist publications with his expertise and knowledge. Blazek also works as an advisor to museums, auction houses, private collectors, designers and architects. Gebhart Blazek's main office is in Graz, Austria; he regularly exhibits his goods at international textile and art fairs. Further information is available on the Internet at www.berber-arts.com.



Über den Autor

Gebhart Blazek ist ein unabhängiger Forscher und Fachhändler für alte marokkanische Teppiche sowie Textilien und ist seit 1996 geschäftlich in diesem Bereich tätig. Seit 1992 war er für mehr als 18 Monate für Feldforschungen in Nordafrika und unterstützt ständig internationale Konferenzen und Fachpublikationen mit seinem Fachwissen. Zusätzlich arbeitet Blazek als Berater für Museen, Auktionshäuser, private Sammler, Designer und Architekten. Seinen Hauptsitz hat Gebhart Blazek im österreichischen Graz; er stellt regelmäßig auf internationalen Textilkunstmessen aus. Weitere Informationen sind im Internet unter www.berber-arts.com erhältlich.

gies will only be opened up during an initial phase of slowing-down.

With regard to the real old or ‚vintage‘ carpets and rugs, the availability is naturally limited and the strong demand over the past few years has visibly reduced the supply. Good pieces will surely enjoy strong price increases in future, but the medium and above all low price segments will probably become less important when the boom is over.

The area of new productions will probably have the greatest opportunities in future, especially from a political economic perspective. Because Morocco – unlike all other carpet producing countries – still enjoys an extremely lively production of local, handmade rugs for, which rural people make for their own domestic use, a huge amount of potential exists that is globally unique, and which can represent an immeasurably valuable resource if used the right way. •

Photo: Gebhart Blazek, Berber-Arts, Graz



Azilal (?)
end of 20th cent.,
230 x 120 cm
(7' 7" x 3' 11").
Azilal (?),
Ende 20. Jh.,
230 x 120 cm.



„Soft Pastel“
der neue Teppichtrend

