

BESTES ORIENTTEPPICHFACHGESCHÄFT
 BEST SPECIALIST SHOP FOR ORIENTAL RUGS

N. Vrouyr, Antwerpen

10

**CARPET
 CUP**

Der Komodieplaats gehört zu den besten Adressen im belgischen Antwerpen. In dieser Gegend tummeln sich Ladengeschäfte von Luxusmarken wie Gucci und Louis Vuitton, Schmuckgeschäfte und Kunstgalerien. Und hier liegt auch das Orientteppichfachgeschäft N. Vrouyr, das sich bereits wegen der imposanten 21 m langen Fensterfront von allen anderen Geschäften abhebt. Ebenso bemerkenswert ist die Ware, die den Kunden dort geboten wird: Größtenteils alte und antike Teppiche aus allen Provenienzen, meist ausgewählt, weil der Teppich den Inhabern persönlich gefällt, nicht nur, weil er ihn für verkäuflich hält. Nach diesem Prinzip wird hier bereits seit drei Generationen gehandelt. Und zwar erfolgreich. Dabei fühlt sich Inhaber Christian Vrouyr als „einer der letzten Dinosaurier“.

Mit dieser Aussage könnte Vrouyr durchaus recht haben. Denn es dürften kaum mehr Orientteppichfachgeschäfte existieren, in denen ausschließlich der Orientteppich so im Mittelpunkt steht und ohne Schnörkel, ohne künstlich geschaffene Wohnwelten präsentiert wird. Über drei Etagen verteilt hängen, liegen und stehen hunderte persische Teppiche, wie auch chinesische, türkische und kaukasische Teppiche, wobei der Keller vor allem Kelims vorbehalten ist. Besonders auffällig ist dabei die Vielzahl an Übergrößen von 12 m² bis über 30 m².



The Komodieplaats is considered one of the best addresses in the Belgian city of Antwerp. Shops by luxury designers such as Gucci and Louis Vuitton, as well as jewellery stores and art galleries, can be found in this area. And this is also where the Oriental rug shop N. Vrouyr is located, which sets itself apart from all other shops due to its impressive 21 m long window front. The products that customers are offered are just as noteworthy: they are, for the most part, old and antique rugs from every provenance, mainly selected because the owner personally likes the rug and not just because he considers it marketable. Business here has already been conducted according to this principle for three generations – and with great success. At the same time, owner Christian Vrouyr feels like “one of the last dinosaurs”.

Vrouyr might be absolutely right in this statement. This is because there are few Oriental rug stores any more that exclusively focus on Oriental rugs and present them without all the bells and whistles of artificially-created design worlds. On three floors, hundreds of Persian rugs, as well as Chinese, Turkish and Caucasian rugs, hang on

Christian Vrouyr führt das Orientteppichfachgeschäft N. Vrouyr bereits in 3. Generation
Christian Vrouyr owns the oriental rug shop in third generation.



Spezialisiert ist N. Vrouyr auf Teppiche in Übergröße
N. Vrouyr specializes in oversized rugs



Vrouyr kauft seine Teppiche auf Auktionen, bei Kollegen und natürlich vor Ort. Jedes Jahr fährt er zwei bis drei Wochen in den Iran – früher waren es sechs bis sieben Wochen –, kauft seine Ware auf den Basaren und bei den Nomaden. Und zwar fast immer nur dann, wenn „ein Licht angeht“, wenn sie ihn persönlich anspricht. Und statt wie viele andere Einzelhändler Statistiken über die Art der verkauften Ware zu führen, wird häufig aus dem Bauch heraus gehandelt, „schließlich ändert sich der Geschmack ja ständig.“ Hätte Vrouyr das Geschäft 1980 mit mathematischem Kalkül von seinem Vater übernommen und müsste er Miete für seine dreistöckige Immobilie zahlen, würde seine Leidenschaft wohl mittlerweile auch von Zahlen bestimmt. Stattdessen kann er es sich leisten zu fragen: „Was macht es für einen Unterschied, ob ich in einem Jahr 15 % mehr oder weniger Teppiche verkaufe?“

N. Vrouyr's Kunden kommen vor allem aus Belgien, den Niederlanden und Deutschland. Dass er weit über die Stadtgrenzen Antwerpens hinaus bekannt ist, dürfte an den vielen Ausstellungen liegen, auf denen er regelmäßig mit einem Stand vertreten ist. Zum Beispiel auf ▷

the walls, lie on the floors or stand propped up, in which the basement is primarily reserved for kelims. The large number of oversized rugs ranging from 12 m² to over 30 m² also particularly stands out.

Vrouyr purchases his rugs at auctions, from colleagues and of course on location. Each year he travels to Iran for two to three weeks – earlier he used to go for six to seven weeks – and purchases rugs at bazaars and from nomads. He almost only makes purchases when “a light goes on”, i.e. when the rugs appeal to him personally. Instead of keeping statistics about the type of rugs sold, like many other retailers, he frequently negotiates based on intuition, “after all, tastes are always changing”. If in 1980 Vrouyr had taken over the shop from his father with mathematical calculations and if he had to pay rent for his three-storey property, in the meantime his passion would probably also be defined by numbers. Instead, he can afford to ask himself: “What difference does it make if I sell 15 % more or less rugs in a year?”

N. Vrouyr's customers primarily come from Belgium, the Netherlands and Germany. The fact that he is known ▷

Auch neue Ware ist im Sortiment, zum Beispiel Tufenkian, Haynes Robinson und Odegard
Modern rugs are also in the product range, i. e. Tufenkian, Haynes Robinson and Odegard.

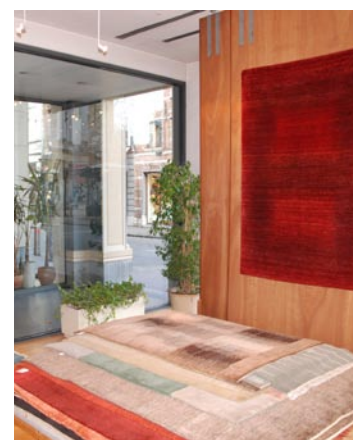


Nur wenige Geschäfte verfügen über eine 21 m lange Schaufensterfront. Sie wird alle zwei bis drei Wochen umdekoriert.

Only a few shops have an impressive 21 m long window front. It is redecorated every two to three weeks.

den Antikmessen in Brüssel und Amsterdam (PAN) und Cocoon in Brüssel. Vrouyr beschreibt seine Klientel als „sehr gemischt, jedoch eher jung“. Da überrascht es nicht, dass das Internet zur Vorabinformation rege genutzt wird. Vorbildlich wird ein Großteil des Sortiments online im Bild gezeigt und näher erklärt. Auf diese Weise gelangt er an viele Kunden, die sein Geschäft bislang nicht betreten haben. Überraschend ist, dass auch viele ältere Kunden das Internet als Informationsquelle nutzen, zum Beispiel die 90-jährige Dame, die seit Jahrzehnten hier einkauft und nun das Haus nicht mehr verlassen kann. Die Vorauswahl wird online getroffen, Vrouyr fährt mit der Ware zum Kunden, legt sie dort aus und lässt sie auch mal ein paar Tage liegen. Früher überließ er seine Teppiche auch schon mal mehrere Wochen zur Ansicht, heute sei das auch aus wirtschaftlichen Gründen eher unüblich. So lange „das Feuer noch glühe“, müsse der Teppich verkauft werden.

Bei aller Liebhaberei für antike und persische Teppiche ist auch neue Ware im Sortiment, wie von Beispiel Tufenkian, Haynes Robinson und Odegard.



beyond Antwerp's city limits is probably due to the fact that he is regularly represented with a stand at many exhibitions. For example, at the antique trade fairs in Brussels and Amsterdam (PAN) and Cocoon in Brussels. Vrouyr describes his clientele as "very diverse, but fairly young". Here it is not surprising that Internet is actively used to obtain preliminary information. A large portion of the project range is ideally displayed with pictures online and explained in further detail. In this way, he is able to reach many customers who have not yet visited his shop. It is surprising that many older customers also use the Internet as a source of information, for example the 90-year-old lady who has shopped here for decades and now can no longer leave her home. The preliminary selection is made online, and then Vrouyr takes the rug to the customer, lays it out and occasionally leaves it there for a few days. He used to leave his rugs with customers to view for several weeks, but this is rather uncommon today, in part for economic reasons. As long as "the fire is still glowing" the rug must be sold.

Despite the great affection for antique and Persian rugs, modern rugs are also in the product range, for example

Damit auch die Außenwelt mitbekommt, dass N. Vrouyr „sehr wohl noch existiert“, wird das Schaufenster alle zwei bis drei Wochen umdekoriert. Dieser dynamische Wechsel kommt gut an, die Veränderungen werden von der Laufkundschaft wahrgenommen. Und so kommt es schon mal vor, dass des Nachts Autos am Geschäft vorbeifahren, abrupt bremsen und rückwärts bis zum Schaufenster fahren um die neue Ware zu bestaunen.

Weitere Werbung, zum Beispiel in Form von Zeitungsanzeigen, kommt für Vrouyer nicht in Frage, eher Directmailings an Bestandskunden. In diesen Briefen wird meist zu Ausstellungen in die Geschäftsräume eingeladen, die nicht immer etwas mit Teppichen zu tun haben müssen, sondern „Themen, die mir einfach Spaß machen.“ Derzeit ist eine Ausstellung über Art Deco-Teppiche in Vorbereitung.

Über die Zukunft seines Geschäftes macht sich Christian Vrouyr keine Sorgen, eine seiner drei Töchter wird es wohl übernehmen. Wichtiger jedoch ist seine folgende Aussage, die der leidgeprüften Branche Hoffnung machen sollte: „Orient geht noch immer – und wird wieder richtig kommen!“ •

from Tufenkian, Haynes Robinson and Odegard.

So that the outside world is reminded that N. Vrouyer "is really still there", the display windows are redecorated every two to three weeks. This dynamic change is well received; the changes are perceived by walk-in customers. It thus sometimes happens that cars driving past the shop at night brake abruptly and drive back to the display window to admire the new rugs.

Additional advertising, for example in the form of newspaper advertisements, is out of the question for Vrouyer, who is more likely to use direct mailings to existing customers. These letters often include invitations to exhibitions held on the premises, which do not always involve rugs, but rather "topics that I simply enjoy". An exhibition on art deco rugs is currently in the works.

Christian Vrouyr is not worried about the future of his shop – one of his three daughters is certain to take it over. However, his following statement, which should bring hope to the afflicted industry, is even more important: "Oriental is still an option – and will become a trend again!" •

