

Det trendy tæppekompagni

Kan tæpper være trendy? Ja, et engelsk par har på få år haft succes med tæpper, der er vævet med gode hensigter og designet af modeguruer som Paul Smith og Diane von Fürstenberg. Nu findes The Rug Company også i Danmark. Af Camilla Alfthan Foto Bill Battery



»Tangle Black« fra The Rug Companys Contemporary Collection og derefter Paul Smiths »Swirl«

For Christopher og Suzanne Sharp er tæpper en passion. Parret boede i 1990'erne i Saudi Arabien, og det var her, de blev inficeret med, hvad de kalder for »the rug bug«.

Christopher lavede dokumentarer om livet i den arabiske verden til en TV-station, mens Suzanne, som er uddannet designer, aldrig kunne gå udenfor en dør på grund af den strenge sharialov. Hun tilbragte derfor meget af tiden hos en amerikansk veninde, som var vild med tæpper og som introducerede hende til tæpperens forunderlige verden.

Når Suzanne endelig kom udenfor, akkompagneret af sin mand, tilbragte de det meste af tiden i tæppesoukhen – fra at være en hobby blev tæpperne efterhånden en passion, og da parret i 1997 vendte hjem til England, efter i en årrække at have rejst verden rundt på opdagelser, åbnede de deres egen tæppebutik Londons hippe kvarter, Notting Hill.

»Vores venner troede, at vi var blevet vanvittige. Et tæppefirma lød som noget meget støvet og ufikst. Men vi så det som en moderne butik, der skulle fylde et hul i det engelske marked for håndknyttede og selektivt udvalgte tæpper. Men folk delte ikke vores entusiasme. De havde ikke lyst til at købe noget, som de allerede kendte for godt og som lignede noget, de havde set hos en bedstemor eller en tante,« fortæller Christopher, der sammen med fru'en var på visit på Callisensvej i Hellerup i sidste uge for at indvie den danske filial af The Rug Company.

Begge er i begyndelsen af fyrrerne og billedet på chikke og berejste bohemer. Vendepunktet kom, da de ved årtusindskiftet fandt på at skabe moderne tæpper med gammel teknik. Før de vidste af det, var The Rug Company pludselig blevet forbandet fik.

»Først designede vi selv en moderne kollektion, som var håndknyttet på traditionel vis. Tæpperne lignede ikke noget, man tidligere havde set og blev revet væk. Og efterhånden begyndte folk selv at henvende sig til os for at designe tæpper,« fortæller Suzanne.

Modehuset Marni var først i flokken, og resultatet var stilfulde tæpper med markante mønstre og farvekompositioner. Dernæst fulgte det britiske Vogues modechef, Lucinda Chambers, som også var en gammel bekendt, og som skabte et vægtæppe med det britiske flag og et hjerte med teksten »Fred, kærlighed og håb«.

Da parret tilfældigvis rendte ind i Paul Smith i hans egen butik, spurgte de ham, om han ville være med til at sætte sit aftryk på tæpperne.

»Måden, designerne overfører deres æstetik til tæpper, er imponerende. Normalt er modeverdenen vant til at arbejde med kollektioner, der ændres hver sæson, og pludselig skulle de designe noget, der varer længe. Som udgangspunkt har de allesammen lavet tæpper, som de selv kunne tænke sig i deres eget hjem,« fortæller Christopher. »»



og »Kyoto Day Time« samt Allegra Hicks' »Waterfall« fra The Designer Collection. I baggrunden »VW Flag«, designet af Vivienne Westwood.

Vivienne Westwood

I ALT 20 mennesker designer til The Rug Company, som i dag har butikker fra Moskva og Mexico til New York og Los Angeles. Ingen af tæpperne er identiske, og hvert design har sin egen historie.

Den britiske modeguru, Vivienne Westwood, har f.eks. skabt en kollektion med det britiske flag, som er tilsølet, slidt og blodigt.

»Tæppet er billedet på, hvad Storbritannien har været igennem af krige og kampe i de seneste mange år, i medgang og modgang, ligesom med et menneske,« fortæller Suzanne.

Paul Smith havde børn i tankerne, da han skabte et vægtæppe med Noahs ark og dernæst kom turen til 1970'erne, med sloganet »Love« og psykedeliske mønstre og stjerner. Newyorkermødens femte fatale, Diana von Fürstenberg, har designet tæpper inspireret af leoparder og zebraer, mens den italienske arkitekt, Rodolpho Dordoni, har ladet sig inspirere af dna-aftryk.

De involverede har taget opgaven særdeles alvorligt, og det seneste skud på stammen er Ron Arad, som har været et helt år om at designe sit bidrag.

TÆPPERNE FOTOGRAFERES

ofte i Suzanne og Christophers enorme hus i London med parets fire børn som rekvisitter. Andre gange iscenesættes de i bekendtes huse og slotte, og billederne styles af Suzanne, som også ændrer familiens hjem med årstiderne – og som har givet kælderens status som husets klædeskab.

Tæpperne koster fra 10.000 til 40.000 kr. og var oprindeligt henvendt mod unge og moderne mennesker. Men kunderne har i høj grad vist sig at være ældre par, som vil omdesigne deres hjem. Da et tæppe helt og holdent kan ændre et rum, opfordres de til at tage flere forskellige eksemplarer med hjem for at se, hvilket der passer bedst.

Foruden de moderne designs er der også en kollektion med klassiske mønstre. Desuden kan folk designe deres egne tæpper.

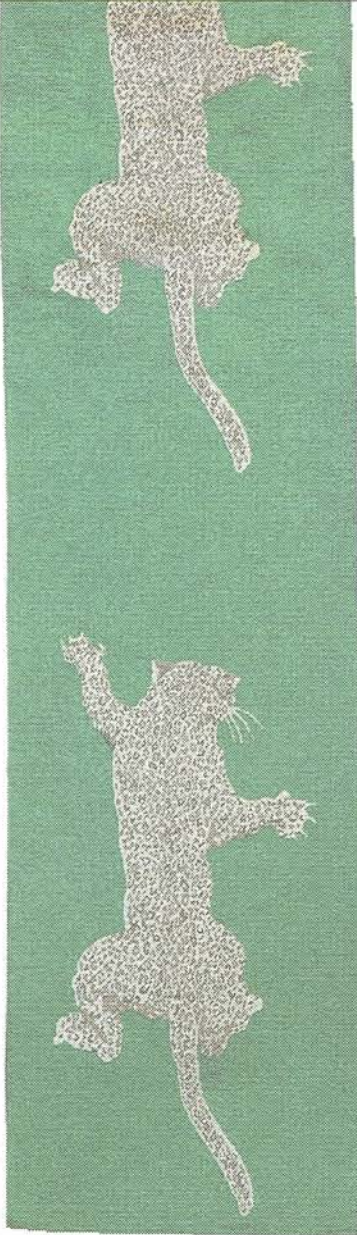
»Det, vi kan lide ved vores arbejde er, at vi forener to vidt forskellige verdener, nemlig tæpper skabt i fjerne landsbyer og nogle af de smukkeste huse i verden. Samtidig er vi med til at holde liv i traditionelle håndværk. Mange virksomheder flytter i dag deres produktion til Kina, og det er en trist tendens. Nepal er blandt verdens fem fattigste lande og hærget af borgerkrig. Ikke desto mindre har de en meget fin tradition for vævede tæpper, som giver tæpperne en sjæl og en individualitet. I Kina er alt masseproduceret i fabrikshaller og kontrolleret af folk i hvide kitler. Tingene ser ens ud og har ingen charme,« fortæller Christopher.

Ulden til The Rug Companys tæpper kommer fra Tibet og er håndspundet og farvet naturligt, så den beskyttende lanolin i ulden bevares. »



Christopher og Suzanne Sharp har egne butikker i London, New York og Los Angeles – og deres tæpper fås nu også i Hellerup. Herunder ses vægtæpperne »Vishnu« af Matthew Williamson





»Vi arbejder med hele verden og føler meget stærkt for de mennesker, vi er i forbindelse med. Deres hverdag er ofte en daglig kamp. I Filippinerne var der et jordskælv, der dækkede hele vores produktion med mudder. Da der var jordskælv i Peshawar, vendte det op og ned på vores folks tilværelse,« fortæller Christopher.

»Vi er meget privilegeret, når vi kan rejse og gøre det, vi holder af. Det bedste, man kan give til andre, er handel og økonomisk uafhængighed. Folk behøver værdigheden af at gå på arbejde hver dag, og møde folk og tjene penge,« fortæller Suzanne og nævner, at firmaet også støtter et hjem for gadebørn i Indien.

Den stigende velstand i udviklingslandene betyder ironisk nok, at traditionen for at lave tæpper er ved at dø ud, på samme måde som når man i Frankrig har mistet traditionen for at lave gobeliner, fortæller Christopher. I fremtiden vil håndvævede tæpper derfor være en ekstrem luksus.

»Den tid, hvor man kan sidde tre måneder og arbejde på et tæppe, er langsomt ved at være forbi. I In-

dien er der strenge kontroller for at forhindre børnearbejde, og det er en god ting. Men det betyder også, at færre unge går ind i tæppebranchen. Før lærte de håndværket fra barnsben. I dag flytter de ind til byerne og arbejder med IT.«

Ikke desto mindre har Suzanne og Christopher for en stund givet den uddøende tæppebranche en tiltrængt saltvandsindsprøjtning.

»Indtil 1920'erne var tæppeproduktionen meget levende, men efter Anden Verdenskrig begyndte den at dø ud. I 1940'erne og 1950'erne lavede man kopier af gamle tæpper. Lige nu befinder vi os i en spændende tid, som jeg tror, at man senere vil se tilbage på som en meget kreativ epoke inden for tæppedesign. Jeg er overbevist om, at flere af vores tæpper vil blive samlingsobjekter,« fortæller Christopher Sharp. ■

m-s@berlingske.dk

www.therugcompany.dk, tlf. 39 40 11 55
www.therugcompany.info



Fra venstre »Climbing Leopard« af Diane von Fürstenberg, The Rug Companys eget design i form af tæppet »Cowhide Flower«, von Furstenberg igen med »Funky Zebra« og »Candy Flower« fra Marni.