



Thomas Michel, der Urenkel des Firmengründers Kalil Michel, der 1899 in der Wilhelmstraße das erste Teppichgeschäft Wiesbadens eröffnete.  
Foto: Archiv/Stotz



Hiloué und Joseph Michel, die stolzen Großeltern des heutigen Besitzers Thomas Michel.  
Foto: RMB/Kubenska

## Kostbarkeiten aus dem Kaukasus

„Russische Teppiche“ haben bei Michel in der Wilhelmstraße Tradition / Ausstellung noch bis Ende Oktober

WIESBADEN „Russische Teppiche“ sind noch bis zum 31. Oktober bei Teppich Michel in der Wilhelmstraße 12 zu besichtigen. Die 40 Prachtstücke aus dem Kaukasus und Turkmenistan gehörten vor hundert Jahren zum russischen Zarenreich.

Von  
Manfred Gerber

Der deutsche Kaiser ist schuld, dass es in Wiesbaden das Teppichhaus Michel gibt. 1898 bereiste Wilhelm II. mit Gattin Auguste Viktoria sechs Wochen lang das Heilige Land. In Jerusalem weihte er die Erlöserkirche ein und besuchte und ermunterte die deutschen Kolonisten in Palästina.

Dabei muss es zu einer Begegnung mit dem Kaufmann Kalil Michel gekommen sein, der in Jerusalem mit orientalischen Souvenirs handelte. Der Kaiser machte Michel seine Mai-Residenz Wiesbaden schmackhaft. Ein Jahr später eröffnete Kalil Michel in der Wilhelmstraße das erste Teppichgeschäft Wiesbadens.

„Das Wort Teppich war hier gar nicht bekannt“, weiß der heutige Inhaber Thomas Michel, der als Junge oft den Erzählungen seines Großvaters Joseph lauschte, neben Franz einer der beiden Söhne von Kalil. Im Teppichgeschäft der Michels, von dem sich auch eine Filiale in den Kurhauskolonnaden befand, gingen der Hoch- und der Geldadel ein

und aus. Gelegentlich auch der Kaiser. Gute Kunden kamen von überall in der Welt her, vor allem aber waren es reiche Russen.

Sie hätten die Teppiche, viele aus Kaukasien und Turkmenistan, die im Verlauf des 19. Jahrhunderts unter russischer Herrschaft standen, natürlich auch in St. Petersburg kaufen können. Aber „in der Kur hatten sie ja nicht viel zu tun, folglich Zeit und Muße, im Teppichgeschäft zu stöbern“, sagt Thomas Michel. Auch der Transport war kein Problem. Ein Großfürst hatte ja bis zu 20 Bedienstete dabei, die die Teppiche an den Bahnhof brachten. Auch Zar Nikolaus II. soll bei seinem Besuch 1903 vorbeigeschaut haben. Ein Tep-

pichgeschäft in einer deutschen Kurstadt war damals eine Sensation.

Teppiche waren in Europa in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auf dem Vormarsch. Vor allem aus Persien, der Türkei (damals Osmanisches Reich), Afghanistan und eben den kaukasischen Ländern. Teppiche aus Tibet und Nepal, sagt Thomas Michel, waren damals noch gar nicht bekannt. Von seinem Opa Joseph weiß er, dass der noch um die zehn Sprachen gesprochen hat. Die üblichen Verkehrssprachen, aber auch so exotische wie Kisuaheli oder Arabisch und – natürlich Russisch. Wer die Sprachen beherrschte, konnte auch verkaufen. Mit dem Beginn des Ersten Weltkriegs

1914 bekam der Teppichverkauf erst einmal einen Knacks.

Die Vorfahren der Teppich-Dynastie Michel waren einst als Kreuzritter aus Venedig ins Heilige Land ausgezogen. Dass die Familie dort über Generationen hinweg verwurzelt war, lässt sich auch am Namen von Thomas' Großmutter, Josephs Frau Hiloué, ablesen.

Thomas Michel könnte man stundenlang durch sein aus Seide und Wolle geknüpftes Reich folgen. Es sind großartige Muster, an denen man sich nicht so schnell satt sehen kann. Kunst am Boden. Nicht nur die 40 „Russen“. Fast alle sind Unikate. Und alle haben ihre Geschichte. Wie der Kisil-Ayak aus dem Jahr 1900, 380 mal 240 Zentimeter groß und

für das Zelt eines Khans angefertigt, eines Kleinfürsten, dem mehrere Familien unterstanden. Geknüpft haben ihn zwei Mal zwei Personen, jedes Paar vom anderen Ende her, über zwei Jahre lang, Tag und Nacht, frei aus dem Gedächtnis. Nomadentradition. Für 6 300 Euro kann man den Teppich haben.

Am Markt orientiertes Teppichknüpfen, Auftragsarbeit oder massenhaftes Knüpfen nach gemalten Vorlagen, das alles kam erst später auf. Von seinen Vorfahren hat Thomas Michel die Tradition „geerbt“, durch Zentralasien zu reisen und auf Märkten und in Manufakturen Kostbarkeiten für seine Wiesbadener Kundschaft aufzustöbern.