

Interview of the Month | Interview des Monats: Shahdad by Ashkiyoun

Iranian avant-garde in wool and silk

Iranische Avantgarde aus Wolle und Seide

The established Iranian company Ashkiyoun is entering the European and international markets with its new brand Shahdad, offering hand-knotted carpets of very high quality produced according to customer specifications. The designs show influences ranging from lightly to heavily modern. From October to December Shahdad presented a selection of its carpets at Schick-Stephan Teppiche & Trends, a retailer in Karlsruhe, also holding an exclusive evening event for a special group of customers together with Claudia Schick-Stephan. Carpet! Magazine talked to the company's Managing Director Mohammad Ashkiyoun and Marketing Director Mahdi Hosseini.

Carpet! Magazine: Persian rugs are intrinsically bound up with tradition. But the Shahdad by Ashkiyoun brand demonstrates how there is a lot of dynamism and creativity in the industry. What is your design philosophy?

Mit seiner neuen Marke Shahdad geht das seit langem etablierte iranische Unternehmen Ashkiyoun an den europäischen und internationalen Markt. Das Programm: sehr hochwertige handgeknüpfte Teppiche mit sanft bis stark modernen Einflüssen, gefertigt nach Kundenwunsch. Im Karlsruher Einzelhandelsgeschäft Schick-Stephan Teppiche & Trends zeigte Shahdad von Oktober bis Dezember eine Auswahl; im Rahmen eines exklusiven Abend-Events stellte das Unternehmen die Teppiche gemeinsam mit Claudia Schick-Stephan ausgewählten Kunden vor. Carpet! Magazine sprach mit dem Geschäftsführer Mohammad Ashkiyoun und dem Marketingleiter Mahdi Hosseini.

Carpet! Magazine: Der persische Teppich als solcher gilt als sehr traditionsverhaftet. Die Marke Shahdad by Ashkiyoun wiederum beweist, dass es ordentlich Bewegung und Kreativität in der Branche gibt. Welche Design-Philosophie verfolgen Sie?

Mahdi Hosseini: Mit Shahdad wollten wir eine handgefertigte hochwertige Avantgarde-Kollektion entwickeln, die durchaus auch moderne Designs zeigt, gleichzeitig aber fest in der persischen Kultur verwurzelt ist. Unser Spektrum lässt sich in drei Kategorien unterteilen: Erstens haben wir persisch-traditionell gemusterte Teppiche in neuem Look, also etwa in modernen Far-



Mohammad Ashkiyoun, Claudia Schick-Stephan, Mahdi Hosseini. The Shahdad presentation event at Teppiche & Trends in Karlsruhe was very popular. Mohammad Ashkiyoun, Claudia Schick-Stephan, Mahdi Hosseini. Das Präsentationsevent von Shahdad bei Teppiche & Trends in Karlsruhe war gut besucht.



Shahdad's carpets are attracting attention; at the Karlsruhe event visitors were very interested in their backgrounds. *Shahdad-Teppiche ziehen die Blicke auf sich; beim Event in Karlsruhe herrschte reges Interesse an den Hintergründen.*

Mohammad Ashkiyoun: "Each one of our carpets, however modern or abstract a design it may have, will always reveal its Persian roots on closer inspection." *Mohammad Ashkiyoun: „Jeder unserer Teppiche, so modern und abstrakt das Design erscheint, lässt bei genauerem Hinschauen immer seine persischen Wurzeln erkennen.“*

Mahdi Hosseini: Shahdad was conceived as a high-quality, hand-crafted avant-garde collection that includes some modern designs while remaining firmly rooted in Persian culture. There are three categories defining the product spectrum, the first of which is rugs with traditional Persian patterns in a new look, such as with modern colours. The second category is "Transitional", in which classical Persian pattern elements are reinterpreted. And the third category consists of modern designs, like imaginative patterns reminiscent of Persian landscapes and graphic compositions inspired by Iranian architecture.

ben. Die zweite Kategorie, „Transitional“, interpretiert klassisch-persische Musterelemente neu. Und die dritte Kategorie zeigt schließlich moderne Designs: Fantasie-muster, die an persische Landschaften erinnern, oder grafische Kompositionen, die von der iranischen Architektur inspiriert wurden.

Carpet! Magazine: *And the carpets are all Persian and made in Iran.*

Carpet! Magazine: Und die Teppiche werden alle im Iran gefertigt.

Mohammad Ashkiyoun: That's right, without exception. You can tell, too, looking at them. Each one of our carpets, however modern or abstract a design it may have, will always reveal its Persian roots on closer inspection. To us it's important to offer genuine Persian rugs with soul where the connection to their ori-

Mohammad Ashkiyoun: Ja, ausnahmslos. Das sieht man ihnen auch an. Jeder unserer Teppiche, so modern und abstrakt das Design erscheint, lässt bei genauerem Hinschauen immer seine persischen Wurzeln erkennen. Das ist uns wichtig: echte persische Teppiche mit Seele anzubieten, die nicht einfach fremde Muster kopieren, sondern die Verbindung zu ihrem Ursprung aufrechterhalten. Der persische Teppich ist die Mutter aller Teppiche, und alle Muster, alle dekorativen Elemente hatten immer auch eine tiefere Bedeutung. Wir bei Shahdad sehen uns als kulturelle Botschafter. Es geht uns darum, Gefühle, Traditionen, Glaubenssätze zu transportieren.

gins remains preserved – rather than just a copy of a foreign pattern. The Persian rug is the mother of all carpets, and there was always a deeper meaning to all of the patterns and decorative elements. Accordingly, we at Shahdad see ourselves as cultural ambassadors charged with a responsibility to transport feelings, traditions and beliefs. In a very personal way, with no mass production. That is the difference.

Carpet! Magazine: *How are Shahdad carpets made?*

Mahdi Hosseini: All our carpets are knotted with very high-quality plant-dyed Persian wool and natural silk, very, very finely in some cases, with a million knots per square metr, or more. The wool we use is

Ganz persönlich, ohne Massenproduktion. Das ist der Unterschied.

Carpet! Magazine: *Wie entstehen denn die Shahdad-Teppiche?*

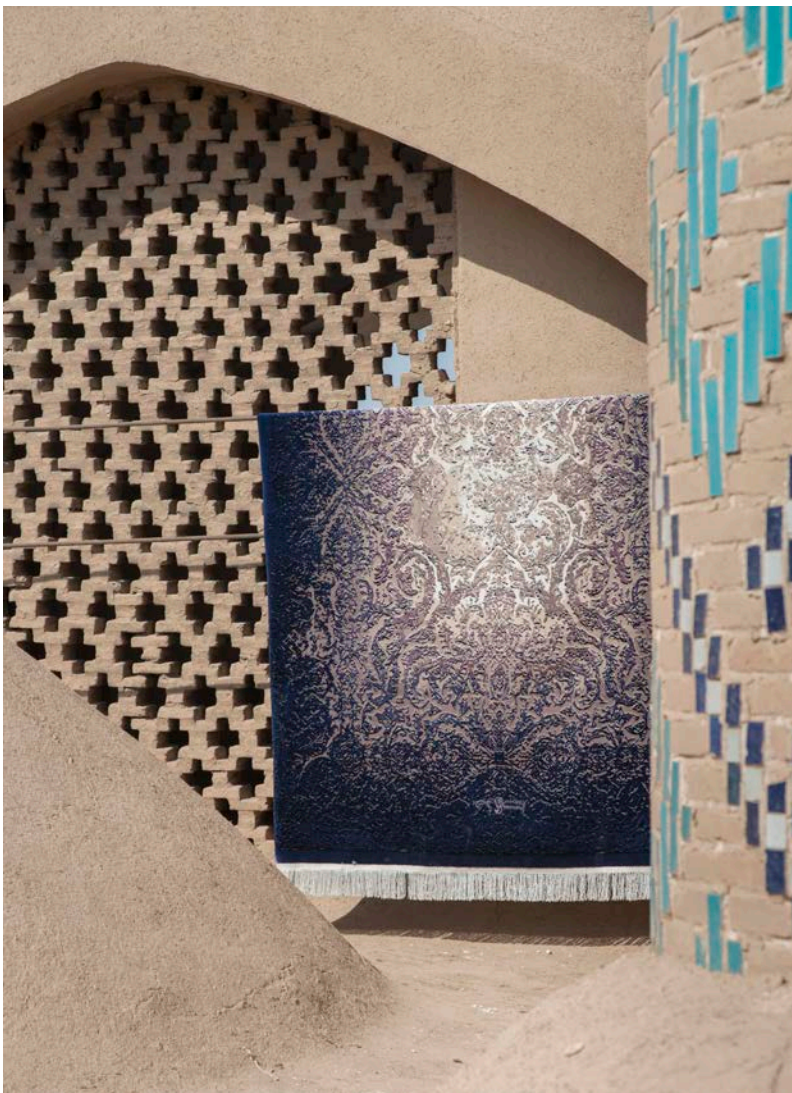
Mahdi Hosseini: *Alle unsere Teppiche werden aus sehr hochwertiger pflanzengefärbter persischer Wolle und echter Seide geknüpft – zum Teil sehr, sehr fein, mit bis zu einer Million Knoten pro Quadratmeter oder sogar mehr. Dabei handelt es sich um die hochwertigste Wolle, die man auf der ganzen Welt bekommt. Unsere Knüpferinnen und Knüpfer verwenden jeweils auf den Teppichtypus abgestimmte Wolle oder eine Wollmischung mit spezifischen Eigenschaften. So unterscheidet sich die Wolle aus den Bergen natürlich von der aus der Shahdad-Wüste im Zentraliran, einem historisch bedeutsamen Gebiet. Daher kommt übrigens unser Name. Die Wolle aus der Shahdad-Wüste wird auch traditionell für Kerman-Teppiche verwendet, denen man nachsagt, sie würden mit der Zeit immer besser: weil die Wolle durch die Nutzung immer weicher wird und dabei auch die Farbharmonien immer schöner herauskommen. Wie in dem Hollywood-Film mit Brad Pitt, „Der seltsame Fall des Benjamin Button“, in dem die Hauptfigur immer jünger und besser aussah, je älter sie wurde. Unsere Teppiche sind also gewissermaßen „Benjamin-Button-Teppiche“.*

Carpet! Magazine: *Die Teppiche sind ja sehr unterschiedlich. Nicht nur in ihrem Design, sondern auch in Sachen Florhöhe, Knüpfttechnik, Knotendichte und Material.*

Mahdi Hosseini: *Ja, jedes Stück hat seine eigene Geschichte – je nachdem, aus welcher Provenienz es stammt, wird es entsprechend geknüpft: beispielsweise in Aserbaidshān, in Farahan oder im Bidjar-Gebiet, wo sehr dauerhafte, vollflorige Teppiche entstehen.*

Carpet! Magazine: *Die Designs wiederum stammen nicht ausschließlich aus den jeweiligen Provenienzen, sondern sind moderne Interpretationen von Shahdad.*

Some of Shahdad's compositions were inspired by Iranian architecture. Einige Shahdad-Designs wurden durch die iranische Architektur inspiriert.



the highest-quality wool in the world. Our artisans use wools matched to the carpet type or wool blends with specific properties. Wool from the mountains is different, of course, from wool from the Shahdad Desert in central Iran – a historically significant region that was the inspiration for our brand name, incidentally. Wool from the Shahdad Desert is traditionally used in Kerman rugs as well, which are said to improve in quality over time as the wool softens through use, letting the colour harmonies emerge with ever-greater beauty. It's like in the Hollywood movie *The Strange Case of Benjamin Button*, with Brad Pitt, where the main character looks younger and better the older he gets. Our carpets are kind of like “Benjamin Button” carpets.

Carpet! Magazine: *The carpets do exhibit great differences, in their designs certainly but also in pile height, knotting technique, knot density and material.*

Mahdi Hosseini: That's right, and each one tells its own story of its place of provenance, being knotted accordingly. Places like Azerbaijan, Farahan or the Bidjar area, where they make full-pile carpets of great durability.

Carpet! Magazine: *The designs are not exclusively from the respective provenances, as they are modern interpretations by Shahdad.*

Mahdi Hosseini: Everyone on our team of more than ten designers in Iran has to be knowledgeable about the roots and origins of the different carpet provenances. Multiple designers work on different collections in parallel, using e-design software in some cases, while for other concepts and designs, the patterns are hand-drawn. We also work with international consultants for the different countries and regions where we market, because carpet tastes are different in Europe than in Japan, for example.

Carpet! Magazine: *You are focusing intently on Europe right now, but you have had a German branch in Düsseldorf for some time now.*

Mahdi Hosseini: That is to be our base for expanding in the German and European markets. I am cur-



Shahdad by Ashkiyoun offers hand-knotted carpets of very high quality, produced according to customer specifications. *Sehr hochwertige handgeknüpfte Teppiche mit sanft bis stark modernen Einflüssen stehen auf dem Programm von Shahdad by Ashkiyoun.*

Mahdi Hosseini: *Unser Designteam im Iran umfasst über zehn Designer, die sich allerdings perfekt mit den Wurzeln, mit den Ursprüngen der unterschiedlichen Teppichprovenienzen auskennen müssen. Dabei arbeiten mehrere Designer parallel an verschiedenen Kollektionen, zum Teil mit E-Design-Software; manche Designs werden aber auch per Hand gezeichnet. Zusätzlich ziehen wir internationale Berater für die unterschiedlichen Länder und Gebiete hinzu, in die wir verkaufen, denn in Europa mag man andere Teppiche als zum Beispiel in Japan.*

Carpet! Magazine: *Aktuell haben Sie Europa stark im Blick; seit längerem gibt es eine deutsche Niederlassung in Düsseldorf.*

Mahdi Hosseini: *Von dort aus wollen wir den deutschen und europäischen Markt angehen. Momentan leite ich das Verkaufsbüro; mittelfristig soll auch ein Showroom entstehen. Mit unseren Avantgarde-Teppichen wollen wir gezielt einen Nischenmarkt ansprechen: eher kleinere Einzelhändler, die ihren Schwerpunkt auf sehr edle, hochwertige Ware legen. Das braucht Zeit, und die nehmen wir uns auch. Schließlich sind unsere*

rently managing the sales office, and a showroom is to be created in the medium term. We are going to be focusing on a niche market for our avant-garde carpets consisting primarily of smaller retailers specialising in very upscale, high-quality products. It will take time, and we will take the time to achieve success. After all, our carpets require a certain amount of commentary if not education. They are purchases for life ... and beyond ... made of high-quality natural materials, sustainably produced under environmentally friendly and fair conditions. We pay fair wages and ensure that no child labour is involved, so the children can go to school. This is our red line. We also believe that our carpets are environmentally friendly, not just because we only use products from renewable natural resources, but also because we create job opportunities for the people who live in the area. Especially in the Zagros Mountains, we teach weaving and train people in small villages. To survive there, many have cleared parts of the forests to sell the wood. We offer

Teppiche erklärungsbedürftig. Sie sind Anschaffungen fürs Leben und darüber hinaus, werden aus sehr hochwertigen Naturmaterialien gefertigt, nachhaltig und unter umweltverträglichen und fairen Bedingungen: Wir zahlen faire Löhne und stellen sicher, dass keine Kinderarbeit im Spiel ist, sodass die Kinder stattdessen zur Schule gehen können. Diese rote Linie werden wir nie überschreiten. Außerdem sind unsere Teppiche umweltverträglich: nicht nur, weil wir natürliche Materialien dafür verwenden, sondern auch weil wir damit Arbeitsplätze für die Menschen vor Ort schaffen. Gerade im Zagros-Gebirge bringen wir den Bewohnern kleiner Dörfer das Knüpfen bei. Um dort überleben zu können, haben bisher viele von ihnen Teile der Wälder gerodet und das Holz verkauft. Auf diese Weise leisten wir indirekten Umweltschutz, als Teil unserer sozialen Verantwortung.

Carpet! Magazine: Damit sind wir beim Thema Social Responsibility, das offenbar eine große Rolle spielt.

Ashkiyou: From Dealer to Manufacturer

Ashkiyou: vom Händler zum Hersteller

The Iranian family business Ashkiyou has been in existence for 140 years; with the brothers Mohammed, Ali and Reza Ashkiyou the management is now in the hands of the third generation. Initially Ashkiyou was a pure trading company, buying and selling very high-quality Persian traditional carpets. In the meantime, the company only exports carpets from its own production. Their first brand Jafarnejad is the most exclusive and probably the most expensive new Persian Carpet in the world; it is made from luxurious pure natural silk on a silk foundation for a very small niche market. The second brand, Sahara, has the same specifications like Jafarnejad, but is made from natural wool and silk on a silk foundation. Ashkiyou started its international business with these two brands, in cooperation with its dealers and partners. Shahdad sees itself as more luxurious and exclusive in comparison with its competitors, because of this rich history.

The Shahdad idea about Persian avant-garde carpets has long been a passion of the Ashkiyou Family; in recent years, the brand has increasingly become reality, "introducing the 21st century Persian Carpet to the world."

Das iranische Familienunternehmen Ashkiyou besteht seit 140 Jahren; mit den Brüdern Mohammad, Ali und Reza Ashkiyou befindet sich die Geschäftsführung nun in der dritten Generation. Ursprünglich war Ashkiyou ein reines Handelsunternehmen, das sehr hochwertige persische traditionelle Teppiche kaufte und verkaufte. Inzwischen exportiert das Unternehmen nur noch Teppiche aus eigener Produktion. Ihre erste Marke Jafarnejad bietet die wahrscheinlich exklusivsten und teuersten neuen Perserteppiche der Welt, die aus luxuriöser reiner Naturseide auf Seidengrundgewebe für einen Nischenmarkt hergestellt werden. Die zweite Marke, Sahara, hat die gleichen Eigenschaften wie Jafarnejad, aber in natürlicher Wolle und Seide auf Seidengrundgewebe. Ashkiyou hat sein internationales Geschäft mit diesen beiden Marken in Zusammenarbeit mit seinen Händlern und Partnern begonnen. Shahdad sieht sich aufgrund dieser reichen Geschichte als luxuriöser und exklusiver im Vergleich zu seinen Konkurrenten.

Die Shahdad-Idee rund um persische Avantgarde-Teppiche ist seit langem eine Leidenschaft der Ashkiyou Family; in den letzten Jahren ist die Marke zunehmend Realität geworden und hat „den Perserteppich des 21. Jahrhunderts in die Welt eingeführt“.



The Shahdad Desert in central Iran was the inspiration for Shahdad's brand name. It is said that wool from this area softens through use, becoming more and more beautiful.

Die Shahdad-Wüste im Zentraliran war namensgebend für Shahdad. Man sagt der Wolle aus diesem Gebiet nach, sie würde durch die Nutzung immer weicher und schöner.

an alternative to that, hiring them as weavers for fair wages, which is an indirect way of protecting the environment and fulfilling our social responsibility.

Carpet! Magazine: *That takes us to the topic of social responsibility, which appears to be a major consideration.*

Mohammad Ashkiyoun: Yes, we fund the education of weavers' children, we also build playgrounds and sports fields, and support the development of good infrastructure in the weaving regions. We believe that is the responsible and right way to operate, but even if we didn't we would ultimately benefit as producers anyway, for fair dealing with our employees and their families creates and further solidifies a bond of trust that lasts down through generations. Many of our weavers, their parents worked for us too, for Ashkiyoun. And people are much more motivated, loyal and open to dialogue – respecting our new design ideas for example – when they feel good about working for the company.

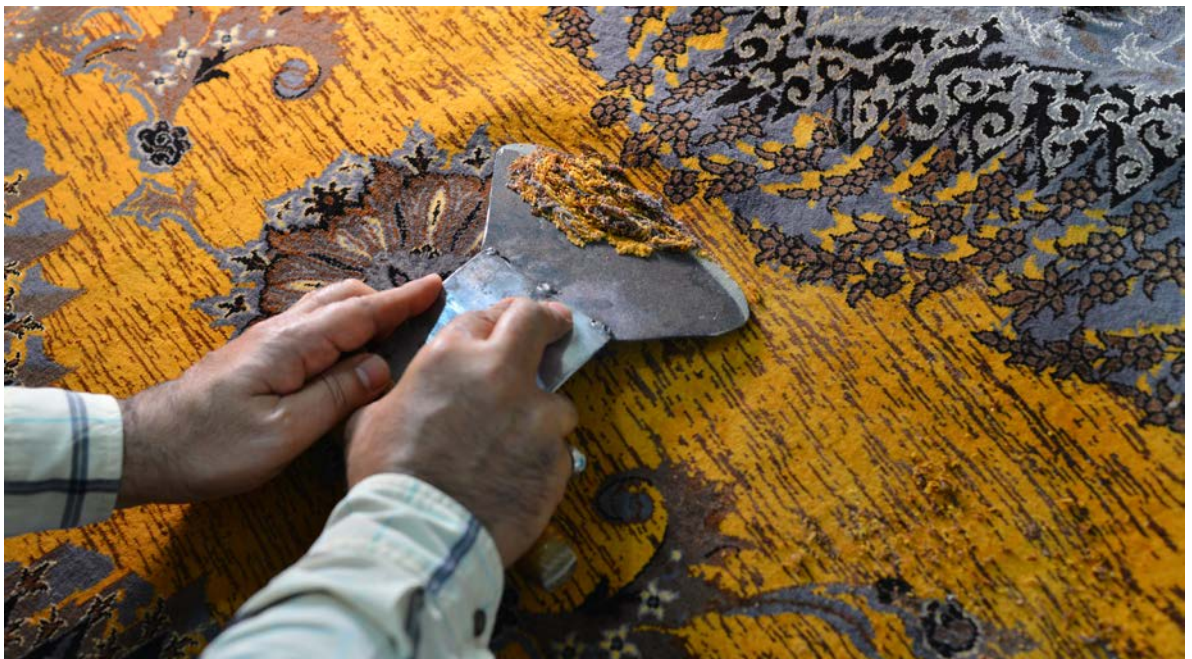
Carpet! Magazine: *It is known to be quite difficult, after all, to introduce a new look to tradition-steeped Iranian weavers. They are very proud people, I am told,*

Mohammad Ashkiyoun: *Ja, wir fördern die Schulbildung der Kinder in den Knüpferfamilien, finanzieren Spiel- und Sportplätze und unterstützen den Aufbau einer guten Infrastruktur in den Knüpfregionen. Aber ganz abgesehen davon, dass das aus unserer Sicht der verantwortungsbewusste und richtige Weg ist, profitieren letztlich auch wir als Produzenten davon: Dadurch, dass wir fair mit unseren Mitarbeitern und deren Familien umgehen, entsteht und festigt sich ein generationsübergreifendes Vertrauensverhältnis. Bei vielen unserer Knüpfer ist es so, dass schon ihre Eltern für uns, also für Ashkiyoun, gearbeitet haben. Und wer sich in einem Unternehmen gut aufgehoben fühlt, arbeitet viel motivierter, ist loyal und offen für den Dialog – etwa auch für unsere neuen Designideen.*

Carpet! Magazine: *Schließlich gilt es als sehr schwer, die stark traditionsverhafteten iranischen Knüpferinnen und Knüpfer an neue Optiken heranzuführen. Man sagt, sie seien sehr stolz und hätten ihren eigenen Kopf.*

Mohammad Ashkiyoun: *Den haben sie immer noch, und das ist auch gut so. Aber unsere neuen, modernen Entwürfe passen ausgezeichnet zu der neuen Knüpfergeneration, denn auch ihre Denkweisen haben sich mit*

All Shahdad carpets are knotted with very high-quality plant-dyed Persian wool and natural silk, very, very finely in some cases. *Alle Shahdad-Teppiche werden aus sehr hochwertiger pflanzengefärbter persischer Wolle und echter Seide geknüpft – zum Teil sehr, sehr fein.*



with their own ideas about how things should be done.

Mohammad Ashkiyoun: They certainly are that way, and that's a good thing. But our new, modern designs are greatly appealing to the new generation of knotters, whose way of thinking has changed over time. The Shahdad designs reflect that change quite clearly.

Carpet! Magazine: *You said you would mainly be looking to reach customers through sophisticated, high-end retailers and interior designers. Do you make the carpets according to customer specifications?*

Mahdi Hosseini: Yes, we do. Shahdad is above all an order-based company. The customer chooses a design from one of our three categories and can customise it according to taste, specifying the measurements, colours and materials as desired, such as whether the carpet is to be knotted on cotton or silk warps. Moreover, we go and see the customers at their places if they like, alternatively they can send us pictures of their rooms, and our design department will generate an exclusive and unique design suggestion and have it made once it has been confirmed. We received an order from Singapore, for example, for 20 m². The carpet is to be colour-coordinated with the marble floor of the room, and with the garden seen through the floor-length windows. We have a folder with colour samples for orienta-

der Zeit geändert. Die Shahdad-Designs spiegeln das sehr gut wider.

Carpet! Magazine: Sie sagten, Sie würden vor allem den Weg über anspruchsvolle High-End-Einzelhändler und Einrichter zum Endkunden suchen. Werden die Teppiche nach Kundenwunsch angefertigt?

Mahdi Hosseini: Ja, Shahdad ist in erster Linie ein auftragsbasiertes Unternehmen. Der Kunde sucht sich ein Design aus unseren drei Kategorien aus und lässt es nach seinem Geschmack individualisieren: Er kann die Maße vorgeben, die Farben und die Materialien: zum Beispiel auch, ob der Teppich auf Baumwoll- oder Seidenkette geknüpft werden soll. Sehr häufig kommt es vor, dass wir auf Wunsch unsere Kunden vor Ort besuchen oder dass sie uns Fotos ihrer Räumlichkeiten zusenden. Daraufhin erstellt unsere Designabteilung einen exklusiven Entwurf, der dann bei Freigabe umgesetzt wird. Aus Singapur haben wir beispielsweise eine Order über 20 m² erhalten. Der Teppich sollte farblich auf den Marmorboden des Raumes abgestimmt werden – und auf die Gartenanlage, die man durch die bodentiefen Fenster sieht. Zur Orientierung haben wir eine Mappe mit Farbbeispielen, und wir arbeiten mit den Farbsystemen ARS und Pantone. Darüber hinaus verkaufen wir einige limitierte Teppichserien und Einzelstücke. Das handhaben wir bei der Zusammenarbeit

tion, and we use the ARS and Pantone colour systems. And we also sell a number of limited-series carpets and individual pieces. We follow the same procedure when working with interior designers and when working with retailers: we work closely with our customers to produce exactly the carpets they need.

Carpet! Magazine: *How long does it take to complete a commissioned order?*

Mahdi Hosseini: It varies widely, depending on several different factors, like the dimensions, the design and the knotting density. We offer fine and very fine Persian carpets with 400,000 – 1,000,000 knots per square metre, and more. The season and our order log can be factors as well. For an average six square-metre rug you should order roughly six months in advance of the desired delivery date.

Carpet! Magazine: *The carpets speak for themselves, on the one hand, but on the other they require some elucidation, as you just observed. So you've teamed up with retailer Claudia Schick-Stephan of Teppiche & Trends in Karlsruhe to show and explain them to prospective buyers in southwestern Germany.*

Mohammad Ashkiyoun: Yes, Teppiche & Trends is exactly the kind of upscale retailer we envisaged working with. We have what amounts to a temporary showroom there, from October to December where people can allow the carpets to unfold their impression upon them at their leisure. And tonight there's going to be a carpet presentation event with wine, finger food, a DJ and live music.

Claudia Schick-Stephan: Very early on I sent out invitations to select customers, and many said they'd be coming. But I've already had a number of visitors come by specifically asking about the Shahdad carpets, who then fell in love with them on the spot – we've had them at the store since early October, over a month and a half now. So I can definitely say that the carpets are attracting attention and people are interested in them. We even sold the first piece when the carpets had just arrived, before the show was even opened in October. It was such a great experience for all of us. •

mit Innenarchitekten ebenso wie bei der Zusammenarbeit mit Einzelhändlern: Wir stimmen uns mit unseren Kunden exakt ab, um genau die Teppiche anfertigen zu können, die sie brauchen.

Carpet! Magazine: Wie lange dauert es etwa, bis so eine Auftragsarbeit fertig ist?

Mahdi Hosseini: *Das ist sehr unterschiedlich und hängt von mehreren Faktoren ab: von den Abmessungen, dem Design und von der Knüpfdichte. Wir bieten ja feine bis sehr feine persische Teppiche mit 400.000 bis 1.000.000 Knoten pro Quadratmeter oder mehr an. Auch die Saison und die Auftragslage spielen eine Rolle. Für einen durchschnittlichen Sechsqadratmeter-Teppiche sollte man etwa sechs Monate bis zur Lieferung einkalkulieren.*

Carpet! Magazine: Die Teppiche sprechen einerseits für sich, andererseits sagten Sie vorhin selbst, dass es dazu viel zu erzählen gibt. Um sie Interessenten im südwestdeutschen Raum zu zeigen und zu erklären, haben Sie sich mit der Einzelhändlerin Claudia Schick-Stephan von Teppiche & Trends in Karlsruhe zusammengeschlossen.

Mohammad Ashkiyoun: *Ja, Teppiche & Trends ist genau das anspruchsvolle Einzelhandelsgeschäft, das uns vorschwebte. Wir haben hier sozusagen einen temporären Showroom, von Oktober bis Dezember. Da können die Leute die Teppiche in Ruhe auf sich wirken lassen. Und heute Abend findet ein Event mit Teppichpräsentation, Wein, Fingerfood, DJ und Live-Musik statt.*

Claudia Schick-Stephan: *Ich habe sehr frühzeitig ausgewählte Kunden eingeladen, und viele haben zuge-sagt. Aber ich hatte auch jetzt schon viele Besucher, die gezielt nach den Shahdad-Teppichen gefragt und sich spontan verliebt haben; sie sind ja schon seit Anfang Oktober hier im Ladengeschäft, also seit gut anderthalb Monaten. Was ich so weit auf jeden Fall sagen kann, ist: Die Teppiche ziehen die Blicke auf sich, und die Leute interessieren sich dafür. Den ersten Teppich haben wir sogar gleich verkauft, als die Ware eingetroffen ist – also noch bevor die Ausstellung im Oktober offiziell eröffnet wurde. Das war eine tolle Erfahrung für uns alle. •*