



Die Sichtbarmacher

„They said I'd never make it to Normal. They were wrong.“ Bob Dylan bei einem Konzert in Normal, Illinois, 1999.

Ohne Zweifel: Mit ihrem Projekt „Super Normal“ betreten Jasper Morrison und Naoto Fukasawa ungesichertes Terrain. Denn weder das „Normale“, noch das „Supernormale“ können als Begriffe für sich beanspruchen, im Sinne wissenschaftlicher Übereinkünfte klar konturiert zu sein. Zwar mag das Normale etymologisch die Norm und das Normative in sich bergen – unsere Vorstellungen von Normalität, von normalen Dingen und Abläufen sind alles andere als genormt. Doch ist es gerade die Unschärfe des Begriffs, die sich Morrison und Fukasawa mit ihren gleichnamigen Ausstellungen in Tokio und London zunutze machen. Jedes der von ihnen als „supernormal“ erkannten Alltagsobjekte wird hier zum Beweisstück, zum Plädoyer für ein anderes, ein behutsames und bedachtes Design jenseits von Pathos und modernistischer Maskerade: Eine Büroklammer. Ein Kunststoffeimer. Ein Stuhl. Rund 200 Gegenstände haben die beiden Gestalter zusammengetragen und präsentieren sie in auf weissen Blöcken und Stelen. So kann ein jedes Exponat in seiner Form, Farbigkeit und Materialität Wirkung entfalten und in Dialog treten mit allen weiteren Dingen, die die Ausstellung vereint. Naoto Fukasawa: „Bei der Auswahl gab es überraschenderweise nicht die geringste Uneinigkeit zwischen uns. Wir diskutierten vor allem darüber, was man aufnimmt und was nicht, mit dem Ziel die Super Normal-Ausstellung einer breiten Öffentlichkeit verständlich zu machen.“

Offenkundig wird hier eine Verwandtschaft zwischen dem Supernormalen und dem Archetypischen, das das Ergebnis eines langen produktgeschichtlichen Gestaltungsprozesses ist, bis eine Jahrhunderte bis Jahrtausende dauernde Objektgenese sich zu dem Bild formte, das wir alle im Kopf haben, wenn wir etwa das Wort „Stuhl“ hören oder lesen. Morrisons Plywood Chair von 1988, produziert von Vitra, kommt gewiss dem Archetypus Stuhl recht nahe. Und doch teilen sich bei aufmerksamer Betrachtung Unterschiede mit: der sanfte Schwung der Rückenlehne, das dezidierte Zurschaustellen einfacher, abgeflachter Kreuzschrauben, die überraschende Leichtigkeit des Stuhls, und nicht zuletzt seine auf höchste Einfachheit hin konzipierte Konstruktion, die auf der Unterseite der Sitzfläche ersichtlich wird. Diese Eigenschaften grenzen den Stuhl ab von einem bloss archetypisch zu nennenden Sitzobjekt, gewissermassen einem dreidimensionalen Piktogramm. Gleiches gilt für Naoto Fukasawas Hocker „Dejà-vu“ für Magis, dessen Form und Proportion von fast bäuerlicher Schlichtheit zu sein scheinen. Hier sind es ebenfalls das gewählte Material, in diesem Fall Aluminium, und die daraus resultierenden Reflektionen und seine Leichtigkeit, die den Hocker auszeichnen. Mich liess dieser Hocker spontan an die Arbeit „Rabbit“ von Jeff Koons denken, bei der der amerikanische Künstler einen aufblasbaren Spielzeug-Hasen in eine verchromte Skulptur verwandelt hat.

Auch Fukasawa überführt eine bestehende Form, die man bislang ausschliesslich mit einem bestimmten Material (Holz) assoziiert hatte, in einen supernormalen Gegenstand, eben durch die neue, eigenwillige Materialwahl. Und genau hier wird der Unterschied zwischen dem normalen und dem supernormalen Produkt deutlich: Das Supernormale verweist auf das Normale – im Sinne eines formalästhetischen Zitats – ohne selbst „normal“ zu sein, sich also bloss tradierter Formen, Materialien oder Produktionstechniken zu bedienen. Es ist gerade die bewusste Distanz, die der supernormale Gegenstand zu seinen Vorläufern hält, die zum subtilen Signal werden kann. Morrisons Wasserkocher für Rowenta etwa ist seiner Form nach nichts anderes als ein elektrifizierter Krug – wir meinen ihn längst zu kennen aus allen alltäglichen Begegnungen mit Krügen, aus den Stilleben Morandis, wir können ihn intuitiv bedienen und seine mit Supernormalität gepaarte Anmut vermag selbst über seine technischen Schwächen hinwegzuträsten. (Rowenta produzierte ihn so schlampig, dass weder der Vorgang des An- noch der des automatischen Abschaltens jene Selbstverständlichkeit besitzt, mit der sich weit hässlichere Exemplare dieser Produktgattung immerhin schmücken können!)

Das tradierte Zeichenrepertoire westlicher wie asiatischer Formgebung, dies lernen wir von diesem Projekt, kann zum Wegweiser für heutige und künftiger Designer-Generationen werden, wenn nicht die vordergründige Adaption von Äusserlichkeiten ihr Handeln leitet. Mit rückwärtsgewandter Gestaltung hat all dies nichts zu tun. Jasper Morrison spricht viel-

mehr den „Verlust von Unschuld“ offen aus, der heutige Designer von den Handwerkern und Kunsthandwerkern früherer Jahrhunderte trennt. Jene fertigten Gegenstände des täglichen Bedarfs – einen Schöpflöffel, eine Axt, einen Sattel – ohne die Absicht, ihrer Persönlichkeit oder ihrer Zeit besonderen Ausdruck zu verleihen oder sich gar gegen Konkurrenzprodukte oder Plagiate zu behaupten. Morrison wie Fukasawa indes arbeiten für zahlreiche grosse, international agierende Unternehmen, ohne deren Produktions- und Vertriebsmöglichkeiten kein Industrie-Design denkbar wäre. Fraglos sind sich beide der aktuellen Marktmechanismen, Marketingstrategien und Produktionsbedingungen bewusst: Auch das supernormale Design darf weder weltfern sein, noch sich Sentimentalitäten hingeben, sondern muss sich der heutigen Marktsituation selbstbewusst stellen – sonst bleibt es wirkungslos. Das Behaupten des Supernormalen wird aber nicht durch billige Tricks oder eine exaltierte Gestik erreicht. Sondern vielmehr auf dem Weg durchdachter Formen und Details, die ein Wissen um Traditionen und design-geschichtliche Vorläufer erkennen lassen. Neben anonymer Formgebung, beispielsweise dem Schweizer Rex-Schäler oder einer simplen Tragetasche aus Kunststoff, finden sich hier Design-Klassiker wie Max Bills Wanduhr für Junghans, das Regalsystem 606 von Dieter Rams oder Colombos Wecker Optic von 1970. Mit Produkten von Newson, Grcic, Van Severen oder den Bouroullec-Brüdern ist auch jene Generation vertreten, der Morrison und Fukasawa angehören. Dies ist also keine reine Feier des „gewöhnlichen Design“, wie es häufig von Ingenieuren verantwortet wird, und auch keine Verklärung eines bestimmten Jahrzehnts der Formgebung, einer bestimmten landestypischen Produktsprache – und auch die blosser Aktualität, Exklusivität oder Kostbarkeit der Produkte spielt hier keine Rolle. Das Phänomen des Supernormalen wird sozusagen über Zeit und Raum hinweg verortet, die Vergangenheit und die Gegenwart der Produktgestaltung weisen gleichermaßen in eine Zukunft, die längst begonnen hat. Es geht beiden ganz offensichtlich auch nicht um Studien und utopische Modelle: Das Supernormale liegt bereits offen da, existiert im Hier und Jetzt, ist real und verfügbar. Wir müssen nur die Augen öffnen: Fukasawa und Morrison machen es für uns sichtbar.

Recht genau 30 Jahre vor der ersten Super Normal-Ausstellung in der Axis-Galerie in Tokio, fand auf der Mathildenhöhe in Darmstadt, einem Zentrum des deutschen Jugendstils, die Ausstellung „Das gewöhnliche Design“ statt. Friedrich Friedl und Gerd Ohlhauser präsentierten damals Fahrradreifen, Dübel, Taschentücher, Flaschenöffner, Aktenordner und Wäscheklammer in den Räumen der dortigen Fachhochschule für Design. Bundesrepublikanische Haushaltswaren der siebziger Jahre wurden zu Studienobjekten erklärt. Bazon Brock, Professor für Ästhetik in Wuppertal, hielt damals die Eröffnungsrede. Darin hiess es: „Wir müssen unsere gegenwärtige Alltagswelt so analysieren und verstehen, als handle es sich um den Alltag einer historischen Gesellschaft. Beispielsweise um die Alltagswelt Pompejis in der Zeit vor 79 vor Christus, als der Vesuv diese Stadt für alle Zeiten verschüttete und damit für uns erhielt.“

Auf den ersten Blick wirkt ihre programmatische Ausstellung von 110 Objekten, die sich damals gegen die Dominanz und den allzu wehevollen Umgang mit dem Jugendstil in Darmstadt wandte, wie ein Vorläufer des Super Normal-Projekts. Bei genauerer Betrachtung stand damals allerdings eher die Banalität der Dingwelt im Vordergrund: Kaum ein Produkt der Zusammenstellung war teurer als drei bis fünf D-Mark, nicht ohne Witz und Hintersinn setzte man Badewannenstöpsel, Pappteller, Bleistifte und Bierflaschen in Vitrinen den floral ornamentalisierten, kostbaren Möbel und Leuchten des Jugendstils mit ihren fließenden Formen und ihrer exaltierten Gestik entgegen. Ausstellungsort und -Zeitpunkt spielten im Darmstadt von 1976 also eine ganz entscheidende Rolle, während Fukasawas und Morrisons Super Normal-Präsentation in jedem Land der westlichen Welt die gleiche Botschaft und Aussagekraft hat, und inhaltlich ähnlich langlebig ist wie einige der von ihnen ausgewählten Produkte.

Warum also ist gerade heute das Sichtbarmachen des Supernormalen notwendig? Um dies zu beantworten, genügt der Besuch von ein paar Kaufhäusern, Supermärkten, Messen und Websites, genügt ein flüchtiger Blick in Lifestyle-Magazine und Coffeetable-Books: Das vordergründig Spektakuläre und Pseudo-Moderne ist im Produkt-Design längst zur Normalität geworden, überflüssige Features, Ellipsen, dynamische Wölbungen, Perforationen und Effektlacke beherrschen das Bild heutiger Formgebung. Das gilt für die meisten Autos (innen wie aussen), genauso wie für Sportartikel, HiFi-Geräte, Uhren oder Möbel. Vom Packaging Design ganz zu schweigen. Fukasawa dagegen hat vor einigen Jahren die leuchtend gelbe, aufrecht stehende Verpackung für einen Bananensaft so gestaltet, das ihre leicht bräunlichen Kanten an die Banane selbst denken lassen, ohne ihre typische Krümmung zu imitieren. Ihre Tülle indes lässt sich mit der gleichen Handbewegung öffnen, wie man eine Banane schält. Wäre es nicht super, wenn solches Design irgendwann einmal normal würde?

Gerrit Terstiege

Gerrit Terstiege ist Chefredakteur des Design-Magazins form und seit 2003 Vorstandsmitglied der Deutschen Gesellschaft für Design-Theorie und -Forschung. Er war Autor für das Handelsblatt, Dozent an den Design-Hochschulen in Karlsruhe, Basel und Zürich und Vertretungsprofessor für Design- und Mediengeschichte an der Fachhochschule Mainz.

Dieser Text wurde 2007 in dem Buch „Super Normal – Sensations of the Ordinary“ bei Lars Müller Publishers erstveröffentlicht. ISBN 978-3-03778-106-7 www.lars-mueller-publishers.com