

De tentoonstelling laat zien dat er sprake is van een verwantschap tussen het supernormale en het archetypische, die het resultaat van een lang producthistorisch vormgevingsproces is, totdat na een honderden of soms wel duizenden jaren durende objectgenese in ons hoofd het beeld ontstaat dat wij krijgen als wij bijvoorbeeld het woord "stoel" horen of lezen. Morrisons Plywood Chair uit 1988, die is vervaardigd door Vitra, komt zeker heel dicht in de buurt van de archetypische stoel. En toch treedt bij een aandachtige beschouwing een aantal verschillen aan het licht: de zachte welving van de rugleuning, de doelbewuste zichtbaarheid van eenvoudige, afgevlakte kruiskopschroeven, de verrassende lichtheid van de stoel en niet in de laatste plaats zijn met de grootste eenvoud geconcipeerde constructie, die op de onderkant van de zitting zichtbaar wordt. Deze eigenschappen onderscheiden de stoel van een zuiver archetypisch te noemen zitobject, dat tot op zekere hoogte een driedimensionaal pictogram is. Dit geldt ook voor de kruk "Dejà-vu", die Naoto Fukasawa heeft ontworpen voor Magis en waarvan de vorm en de afmetingen van een haast rurale simpelheid lijken te zijn. Hier zijn eveneens het gekozen materiaal, in dit geval aluminium, en als gevolg daarvan het reflecterende effect en het lichte gewicht, die de kruk kenmerken. Deze kruk doet mij spontaan aan het werk 'Rabbit' van Jeff Koons denken, waarbij de Amerikaanse kunstenaar een opblaasbaar speelgoedkonijn in een verchromde sculptuur heeft veranderd.

Ook Fukasawa transformeert een bestaande vorm, die men tot dusver uitsluitend had geassocieerd met een bepaald materieel (hout), tot een supernormaal voorwerp, juist door de nieuwe, eigenzinnige materiaalkeuze. En precies hier wordt het verschil tussen een normaal en een supernormaal product duidelijk: het supernormale verwijst naar het normale – in de zin van een formeel-esthetisch citaat – zonder zelf "normaal" te zijn en zich dus te bedienen van louter overgeleverde vormen, materialen of productietechnieken. Juist deze opzettelijke afstand tussen het supernormale voorwerp en zijn voorlopers kan uitgroeien tot een subtiel signaal. De waterkoker, die Morrison voor Rowenta heeft ontworpen, is bijvoorbeeld qua vorm niets anders dan een geëlektrificeerde kan – wij denken hem allang te kennen uit alle alledaagse contacten met kannen, uit de stillezens van Morandi, wij kunnen hem intuïtief bedienen en zijn aan supernormaliteit gepaarde elegantie kan zelfs zijn technische gebreken doen vergeten. (Rowenta heeft hem zo slordig geconstrueerd, dat noch de inschakeling noch de automatische uitschakeling verloopt met de vanzelfsprekendheid waarmee de veel lelijkere exemplaren van deze productfamilie altijd nog kunnen worden opgeluisterd!).

Het overgeleverde tekenrepertoire van de Westerse en Aziatische vormgeving, zo leren wij uit dit project, kan de wegwijzer voor de huidige en toekomstige generaties designers worden als hun werk niet wordt bepaald door een oppervlakkige aanpassing van uiterlijkheden. Met achterwaartse vormgeving heeft dit allemaal niets te maken. Jasper Morrison spreekt veeleer openlijk over het "Verlies van de onschuld", die de huidige designers scheidt van de am-

bachtslieden en sierkunstenaars uit vroegere eeuwen. Deze vervaardigden voorwerpen voor de alledaagse behoeften – een opscheplepel, een bijl, een zadel – zonder hun persoonlijkheid of hun tijd op een speciale wijze tot uitdrukking te brengen of zich zelfs tegen producten van concurrenten of plagiaat te beschermen. Morrison en Fukasawa werken intussen voor talrijke grote internationaal opererende bedrijven zonder wier productie- en afzetmogelijkheden industrieel design ondenkbaar zou zijn. Ongetwijfeld zij zich allebei bewust van de actuele marktmechanismen, marketingstrategieën en productievoorwaarden: ook het supernormale design mag noch zweverig zijn noch zich overgeven aan sentimenteel gedoe, maar moet zich bewust zijn van de huidige marktsituatie – anders blijft het zijn uitwerking missen. Wat het supernormale poneert, kan echter niet door middel van goedkope trucs of geëxalteerde gesticulatie worden bereikt. Maar veeleer via doordachte vormen en details, waaruit kennis van tradities en voorlopers uit de designgeschiedenis blijkt. Naast anonieme vormgeving, zoals bijvoorbeeld de dunschillers van het Zwitserse bedrijf Rex of een eenvoudige draagtas van kunststof, behoren hiertoe designklassiekers zoals de wandklok die Max Bill voor Junghans heeft ontworpen, het wandsysteem 606 van Dieter Rams of de Optic wekker van Colombo uit 1970. Met producten van Newson, Grcic, Van Severen of de gebroeders Bouroullec is ook de generatie van Morrison en Fukasawa vertegenwoordigd. Dit is dus niet uitsluitend een feest van het “alledaagse design”, zoals het vaak door ingenieurs wordt gerechtvaardigd, en ook geen idealisering van de vormgeving in een bepaald decennium, een producttaal die typisch voor een bepaald land is – en ook de pure actualiteit, exclusiviteit of kostbaarheid van de producten speelt hier geen enkel rol. Het fenomeen van het supernormale wordt bij wijze van spreken boven tijd en ruimte geplaatst, verleden en heden van de productvormgeving verwijzen in gelijke mate naar een toekomst die allang is begonnen. Het gaat bij beide designers heel duidelijk niet om studies en utopische modellen: het supernormale is daar al in alle openheid aanwezig, bestaat in het Hier en Nu, is reëel en beschikbaar. Wij hoeven alleen maar de ogen te openen: Fukasawa en Morrison maken het zichtbaar voor ons.

Precies 30 jaar vóór de eerste presentatie van de tentoonstelling Super Normal in de Axis Galery in Tokio werd op de Mathildenhöhe in Darmstadt, een centrum van de Duitse Jugendstil, de tentoonstelling “Das gewöhnliche Design” gehouden. Friedrich Friedl en Gerd Ohlhauser presenteerden toen fietsbanden, pluggen, zakdoeken, flesopeners, opbergmappen en wasknijpers in de ruimtes van de daar gevestigde Fachhochschule für Design. West-Duitse huishoudelijke artikelen van de jaren '70 werden tot studieobject verklaard. Bazon Brock, hoogleraar esthetiek in Wuppertal, hield bij die gelegenheid de openingstoespraak. Daarin zei hij onder meer: “wij moeten onze huidige alledaagse wereld zo analyseren en verstaan alsof het om het dagelijkse leven van een samenleving uit het verleden gaat. Bijvoorbeeld de alledaagse wereld in Pompeii in de periode vóór 79 v. Chr toen de Vesuvius deze stad voor

altijd heeft bedolven en daarmee voor ons behouden heeft." Op het eerste gezicht lijkt hun programmatische tentoonstelling van 110 objecten, die zich toen tegen de dominantie van de Jugendstil in Darmstadt en de al te eerbiedige houding ten opzichte van deze kunststroming keerde, op een voorloper van het project Super Normal. Bij nadere beschouwing stond destijds echter eerder de banaliteit van de wereld der dingen op de voorgrond: nauwelijks één product op de tentoonstelling was duurder dan 3-5

D-mark en niet zonder humor en bijbedoelingen plaatste men badkuipstoppen, kartonnen borden, potloden en bierflesjes in de vitrines tegenover de kostbare, met bloemornamenten versierde Jugendstilmeubels en -lampen met hun vliedende vormen en hun geëxalteerde gesticulatie. De plaats en het moment van de tentoonstelling speelden in het Darmstadt van 1976 ook een bijzonder beslissende rol, terwijl de presentatie van Super Normal van Fukasawa en Morrison in elk land van de Westerse wereld dezelfde boodschap en uitdrukingskracht heeft en inhoudelijk een even lang leven is beschoren als een aantal van de door hen gekozen producten.

Waarom is het juist nu noodzakelijk het supernormale zichtbaar te maken? Om een antwoord op deze vraag te krijgen, is het voldoende een paar warenhuizen, supermarkten, beurzen en website te bezoeken of een vluchtige blik in lifestylebladen en koffietafelboeken te werpen. Een oppervlakkige hang naar spektakel en pseudo-modernisme is allang normaal geworden op het gebied van industriële vormgeving en overdadige elementen, ellipsen, dynamische wervelingen, perforaties en effectlak domineren het beeld van het hedendaagse design. Dat geldt voor de meeste auto's (zowel van binnen als van buiten) alsook voor sportartikelen, Hifi-installaties, klokken of meubels. Om nog maar te zwijgen over verpakkingsdesign. Fukasawa heeft daarentegen een paar jaar geleden een helgele, rechtop staande verpakking voor bananensap zo ontworpen, dat de enigszins bruinachtige randen aan een banaan doen denken zonder de typische kromme vorm ervan te imiteren. De tuit kan echter met dezelfde handbeweging worden geopend waarmee men een banaan schilt. Zou het niet geweldig zijn als een dergelijk design ooit eens ergens normaal wordt?

Gerrit Terstiege

Gerrit Terstiege is hoofdredacteur van het designmagazine Form en sinds 2003 bestuurslid van de Deutsche Gesellschaft für Design-Theorie und -Forschung. Hij was schrijver voor het Handelsblatt, docent aan de Design-Hochschulen in Karlsruhe, Bazel en Zürich en waarnemend hoogleraar design- en mediageschiedenis aan de Fachhochschule Mainz.

Deze tekst werd in 2007 in het boek "Super Normal – Sensations of the Ordinary" van Lars Müller Publishers voor de eerste keer gepubliceerd. ISBN 978-3-03778-106-7

www.lars-mueller-publishers.com