

WEG UIT DE DRUKTE



FOTO: KATRIN PAUL

In Japan staan de schappen in de supermarkt vol met producten die de verbeeldingskracht stimuleren en de zintuigen prikkelen. Ze nemen de consument mee naar andere werelden. Weg uit de eigen hectische omgeving.

Giechelend staan ze voor de frisdrankauto-maat. De drie dames staan druk te kletsen over welk drankje ze zullen nemen. Uiteindelijk kiezen ze voor het drankje uit de reeks 'From kitchens of the world' van Kirin Beverage. Het mozaïek op het flesje is geïnspireerd door het werk van Antonio Gaudí in Barcelona, de illustraties doen denken aan een vakantieplakboek en het drankje zelf is een fruitmix gebaseerd op een traditioneel recept. Als je je ogen sluit, waan je je even in Barcelona.

In Japan staan de schappen in de supermarkt vol met producten als badzout uit bekende zonnige vakantiegebieden en 'onhoorbare' snacks, die voorkomen dat je als Ninja-strijder je schuilplek verraadt aan de vijand. Doordat ze de verbeeldingskracht stimuleren en de zintuigen prikkelen, nemen ze de consument mee naar andere werelden. Al is het maar een vluchtige dagdroom, het is altijd prettig om uit je hectische omgeving te ontsnappen.

Je vergeet even dat je in een volgepropte metro zit, te midden van haastende mensen in een overspannen omgeving van neon-

reclame en schreeuwerige commerciële boodschappen. In deze overbevolkte jungle is het vrijwel onhoorbaar wanneer in een van de zenboeddhistische tempels een klein belletje wordt geluid om het begin van een meditatieessie aan te geven. Maar wie wel mediteert, kan door naar een kale witte muur te staren ook de drukte ontvluchten – al is het 'leven in het hier en nu' het tegenovergestelde van 'wegdromen', en al heeft meditatie een langduriger positief effect op hart en geest dan een drankje of een snack.

De zenboeddhistische aandacht voor de essentie keert terug in de producten van retailer MUJI. Bij MUJI is van alles verkrijgbaar, van meubels tot huishoudartikelen, van servies, kleding en cosmetica tot briefpapier, maar de keuze is niet onbeperkt. Er is maar een bepaald aantal varianten per product, en alles is ontworpen met het oog op functie, de uitvoering is minimalistisch en de kleuren zijn gedempt. MUJI biedt stijlvolle producten zonder franje, om huis of kantoor om te toveren tot een eiland van simpelheid en stijl.

Waarvoor je weer kunt wegdromen, dit keer misschien om je onder te dompelen in de levendige en altijd verrassende drukte van Tokio, de stad die nooit slaapt.

Bianca Beuttel (www.bbianca.net) studeerde Product Design aan de Academy of Art and Design in Offenbach, Duitsland. Na haar studie emigreerde ze naar Japan om daar in Tsukuba Design Theory te studeren. Vandaag de dag werkt ze als gelauwerd essayist en designer, en draagt ze met haar kennis, ideeën en designs bij aan het succes van diverse internationale merken, ontwerphuizen en publicaties. Ze is in Tokio tegelijkertijd correspondent voor Sparks.

Portret wordt verzorgd door Sparks, het informatielabel van consultancybedrijf Raphaels. Nadere informatie op www.raphaels.nl of via Pernille Jensen (pernille@raphaels.nl)