

Geile gym schoenen

Hoe krijg je kinderen naar het museum? Hele schoolklassen, zelfs een Franstalige, trekken langs de vitrines; stervensdruk is het door bezoekers van alle mogelijke nationaliteiten en leeftijden met een gedeelde liefde voor bijzonder schoeisel. Aan het einde van de tentoonstelling kunnen mensen over hun favoriete gym schoen vertellen aan de hand van een formulier waarop zij ook een lege gym pump kunnen inkleuren. Talloze kleurrijke verhalen sieren een muur in de tentoonstellingsruimte. Bij het Brooklyn Museum experimenteert men met deze aanpak, met in dit geval een verrassend resultaat als gevolg.

Al bij het zien van de eerste vitrinekast realiseer ik mij dat voor sneakers hetzelfde geldt als voor muziek: je blijft een zwak houden voor de gym schoenen die je uit je jeugd kent. Als een oude jeugdliefde lonken de Reebok pumps uit 1989 mij toe. Pump, een plastic blaas in de basketbalschoenen die opgepompt kan worden door in de lip van de schoen te knijpen. De exemplaren in het museum zijn de originele uitgaves, later zouden namelijk succesvolle lijnen worden heruitgegeven. Aan het witte rubber in de zolen kun je zien dat je niet met een replica te maken hebt. Wit rubber dat met het verstrijken van de jaren nicotinegeel uitslaat.

Werkmanskleding

Het feit dat rubber betaalbaarder werd rond 1870 viel samen met de industriële revolutie en de gedachte dat de werkmansneling wel wat frisse lucht en lichaamsbeweging kon gebruiken. Publieke parken en sporteducatie op scholen waren grote aanjagers van het gebruik van wat men nu de eerste sportschoenen kan noemen. Basketbalcoach Chuck Taylor gaf begin 20e eeuw advies aan het kleding- en schoenenmerk Converse. Zijn naam is sinds die tijd altijd verbonden gebleven aan het merk. Wie in de VS 'Chuck Taylors' zegt, bedoelt All Stars, de hoge clowneske schoen die men, na een flinke revival, nog steeds in het straatbeeld ziet. Een 'sneaker-evergreen' dus.

Sponsordeals

Een miljoenenindustrie is topsport inmiddels. Tv-rechten natuurlijk, prijzengeld maar in de loop der decennia ook sponsordeals die sporters afsloten. In 1936 fungeerde hardloper Jesse Owens in retrospectief als een raciale middelvinger naar de nazi's. Geschoeid op een paar schoenen van Adi Dassler rende hij op Hitlers spelen vier gouden medailles bij elkaar. Dit was nog voordat Adi ruzie kreeg met broer Rudi en hij Adidas oprichtte, terwijl Rudi zijn eigen sportbedrijf startte, namelijk Puma. Tekenend voor de mate waarin de sneakercultuur verbonden is met de jeugdcultuur vanaf begin jaren zeventig (door de fitness-waanzin die destijds de westerse wereld veroverde) is de volgende acroniem-mop die wij elkaar rond 1987 vertelden: 'Waar staat Adidas voor? En waar staat Puma voor?' De antwoorden vindt u onderaan.

Begin jaren zeventig kreeg tennisser Stan Smith zijn eigen schoen, later gevolgd door onder meer John McEnroe, van wiens merk ik als kind al twee paar in de kast had staan. Maar niets heeft de sportmerkenwereld zo opgezweept als het contract dat basketbalster Michael Jordan in de jaren tachtig tekende met Nike. Door zijn waanzinnig sierlijke sprongkracht zweefde de Chicago 'shooting guard' naar de ring. De Air Jordan-lijn was geboren en brengt hem, ook na zijn sportieve pensioen, nog steeds flink wat geld in het laatje. Want ieder sportseizoen heeft natuurlijk een nieuwe schoen nodig. Tel uit uw winst...

Uit de kunst

De stap naar de kunsten maakte de sneakercultuur via de straat, met als opstap muziek: rapmuziek uit de grote steden van de VS, waar de hiphopbeweging al nauw in de gaten werd gehouden door kunstenaars als Warhol en Haring. Toen de rapformatie Run DMC uit New York medio jaren tachtig het nummer 'My Adidas' uitbracht – een ode aan de gym schoen, door hen gedragen zonder veters – was dit een



Brooklyn Museum, The Rise of the Sneaker Culture, foto's Philip Fokker

bevestiging van het feit dat de sneaker zijn functie van voetzoolondersteuning had oversteegen. Een manager van het Duitse merk viel bijkans flauw toen hij zag dat tijdens een Run DMC-concert honderden bezoekers hun gym schoenen van het merk in de lucht hielden gedurende de uitvoering van het nummer. Prompt kregen de heren rappers uit Hollis, Queens een sponsorcontract aangeboden. Vanaf dat moment was het spreekwoordelijke hek van de dam.

Vanaf verschillende beeldschermen in de expositieruimte spreken sneakerverzamelaars de bezoekers toe. Een van hen, Mr. Mish Kash, geeft het nog het

beste weer: 'Sneakers became like walking on art'. Een sneaker zegt iets over jouw smaak. De gemiddelde gym is voor een 'sneakerhead' wat een poster van de Zonnebloemen van Van Gogh is voor een medewerker van Christies: een slap, stijlloos aftreksel, een massaproduct.

Het Brooklyn Museum heeft in ieder geval raak geschoten met 'The Rise of Sneaker Culture'. ■

Antwoorden:

Adidas: 'Alle Domme Idioten Doen Aan Sport'

Puma: 'Probeer U Maar Adidas'

