

Food ist Fiktion

30. Juni bis 28. Oktober 2018

Eine Designausstellung über unser Essen



Die Nahrung verführt uns mit schönen Bildern und Geschichten. In der Kluft zwischen Produktion und Verzehr spielen Designer eine immer wichtigere Rolle. Ihre attraktiven Entwürfe und verführerischen Geschichten versöhnen den Verbraucher mit der Herkunft unseres Essens.

Anhand zahlreicher Entwürfe zeigt die Ausstellung *Food ist Fiktion* die Rolle des Designs in der Nahrungsmittelindustrie. Die Ausstellung zeigt, was bei der Präsentation von Nahrungsmitteln wichtig ist und welche Geschichten dazu gehören. *Food ist Fiktion* zeigt sehr unterschiedliche Designs: von den ältesten Werbefilmen, legendären Verpackungen für Droste und den ersten exotischen Produkten bis zu kulinarischer Science Fiction beim Star Trek, den handwerklich hergestellten Imitationen von Esswaren aus Japan und der Kunst des Food-Bloggings.

Die ersten kleinen Konservenfabriken aus dem neunzehnten Jahrhundert haben sich in die multinationalen Konzerne von heute verwandelt. Aufgrund dieser Entwicklung ist der moderne Verbraucher von seinem Essen entfremdet. Oft sind wir blind für die Herkunft unserer Nahrungsmittel. Gleichzeitig verlangen wir nach Produkten, die authentisch, gesund und nachhaltig sind. Im Spannungsfeld der gegenseitigen Abhängigkeit zwischen dem Verbraucher und dem Produzenten und inmitten widersprüchlicher Interessen und Ideologien agieren die Designer. Als Vermittler suchen sie Strategien, wie man die Kluft überbrücken und die Entfremdung erträglich machen kann. Mit einer hoffnungsvollen Perspektive für die Zukunft oder

einem nostalgischen Blick auf eine idealisierte Vergangenheit erschaffen Designer und Hersteller Illusionen und Traumbilder und verpacken Nahrungsmittel in vertraute oder neue Geschichten.

Die Ausstellung *Food ist Fiktion* zeigt anhand einiger Themen, wie Designer im Laufe der Jahre uns eine bessere Welt versprochen haben. Die Themen sind unter anderem:

- Verführung. Vom ersten Werbespot für Van Houten Kakao bis zu Hochglanz-Marketingstrategien: Verführung und Nahrungsmittel gehen Hand in Hand.
- Imitation. Nachgemachte Nahrungsmittel zeigen das Ideal des Herstellers. Die Imitation ist schöner als das echte Produkt. In Japan ist das Imitieren der Nahrungsmittel zur wahren Kunstform erhoben worden.
- Unterhaltung. Das (gemeinsame) verzehren von Nahrungsmitteln ist immer häufiger eine Unterhaltungsform. Die Gastronomie der Gegenwart nutzt dies virtuos. Man braucht nur daran zu denken, was Restaurants sich einfallen lassen, um ihren Gästen ein unvergessliches Erlebnis zu bescheren.
- Symbolik. Unser Umgang mit Nahrungsmitteln ist voller Handlungen und Bilder, die oft auf unerwartete Bedeutungen verweisen.

Food ist Fiktion zeigt sehr unterschiedliche historische und moderne Produkte, Fotos und Filmfragmente. Die Ausstellung wird von einem Programm mit Workshops, Vorträgen und Veranstaltungen begleitet, die die Geschichten unserer Nahrungsmittel erzählen.

Zur Ausstellung erscheint im Juni 2018 im Verlag nai10 eine Veröffentlichung der Autorin und Gastkuratorin Linda Roodenburg

Die Ausstellung *Food ist Fiktion* ist ein Teil des Programms:

BRABANT
CELEBRATES
FOOD

Ab dem 1. Juni wird das Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch einen neuen Namen tragen: Design Museum Den Bosch

Ab dem 1. Juni ändert das Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch seinen Namen und heißt von da an Design Museum Den Bosch. Seit Ende 2016 konzentriert sich das Museum ausschließlich auf Design und angewandte Künste. Der neue Name stellt den nächsten Schritt in die eingeschlagene Richtung dar. Die Änderung verschafft dem Publikum mehr Klarheit und trägt zur weiteren Positionierung des Museums bei.

Anmerkung für die Redaktion

Medienkontakt: Martijn van Oostroom, Leiter Marketing und Kommunikation Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch: +31 (0)6-50813115 / m.van.oostroom@sm-s.nl