

## Food is fictie

30 juni t/m 28 oktober 2018

Een designtentoonstelling over ons eten



Voedsel verleidt ons met mooie beelden en verhalen. In de kloof tussen productie en consumptie krijgen vormgevers een steeds belangrijkere rol. Hun aantrekkelijke ontwerpen en verleidelijke verhalen verzoenen de consument met de herkomst van ons eten.

Aan de hand van vele ontwerpen maakt de tentoonstelling *Food is fictie* de rol van vormgeving in de voedselindustrie inzichtelijk. De tentoonstelling laat zien wat het belang is van presentaties van voedsel en de verhalen die daar bij horen. *Food is Fictie* toont zeer uiteenlopend design; van de oudste reclamefilmpjes, iconische verpakkingen voor Droste en de eerste exotische producten, tot de culinaire science fiction in Star Trek, ambachtelijk imitatievoedsel uit Japan en de kunst van het food-bloggen.

De eerste kleinschalige conservenfabriekjes in de negentiende eeuw zijn uitgegroeid tot de multinationals van nu. Door deze ontwikkeling is de hedendaagse consument vervreemd van zijn eten. Vaak zijn we blind voor de herkomst van ons voedsel. Tegelijkertijd eisen we producten die authentiek, gezond en duurzaam zijn. In het krachtenveld van wederzijdse afhankelijkheid tussen consument en producent en te midden van botsende belangen en ideologieën opereren de ontwerpers. Als bemiddelaars zoeken zij naar strategieën om de kloof te overbruggen en de vervreemding dragelijk te maken. Met een hoopvol perspectief op de toekomst of een nostalgische blik op een geïdealiseerd verleden creëren ontwerpers en fabrikanten illusies en droombeelden en verpakken ze voedsel in vertrouwde of vernieuwende verhalen.

De tentoonstelling *Food is fictie* laat aan de hand van een aantal thema's zien hoe vormgevers door de jaren ons een betere wereld hebben beloofd. Dat zijn onder andere:

- Verleiding. Van het eerste reclamefilmpje voor Van Houten's cacao tot gelikte marketingstrategieën: verleiding en voedsel gaan hand in hand.
- Imitatie. Namaakvoedsel toont het ideaal van de maker. Namaak is vaak mooier dan echt. In Japan is het imiteren van voedsel een ware kunstvorm.
- Amusement. Het (samen) nuttigen van voedsel is steeds vaker een vorm van vermaak. De hedendaagse gastronomie weet daar als geen ander op in te spelen. Wat te denken van het kunst- en vliegwerk dat restaurants uithalen om hun gasten een onvergetelijke ervaring te geven?
- Symboliek. Onze omgang met voedsel zit vol handelingen en beelden die verwijzen naar soms onverwachte betekenissen.

*Food is fictie* toont zeer gevarieerde historische en hedendaagse producten, fotografie en filmfragmenten. De tentoonstelling is de aanleiding voor een programma met workshops, lezingen en evenementen die de verhalen van ons voedsel vertellen.

*Bij de tentoonstelling verschijnt juni 2018 bij nai010 uitgevers een publicatie van auteur en gastcurator Linda Roodenburg*

De tentoonstelling *Food is fictie* is onderdeel van het programma:

**BRABANT**  
CELEBRATES  
**FOOD**

---

Per 1 juni heeft het Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch een nieuwe naam: Design Museum Den Bosch

Per 1 juni verandert het Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch zijn naam en gaat verder als Design Museum Den Bosch. Sinds eind 2016 richt het museum zich uitsluitend op design en toegepaste kunsten. De nieuwe naamgeving is de volgende stap in de koers die is uitgezet. De verandering geeft meer duidelijkheid aan het publiek en draagt bij aan de verdere positionering van het museum.

---

Noot voor de redactie

Mediacontact: Martijn van Ooststroom, manager marketing en communicatie Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch: 06-50813115 / m.van.ooststroom@sm-s.nl