

## Sneakers Unboxed, de nieuwe tentoonstelling van Design Museum Den Bosch

3 mei t/m 16 oktober 2022

De sneaker is in korte tijd het meest populaire designobject ter wereld geworden. De tentoonstelling *Sneakers Unboxed* nodigt je uit om een kijkje achter de schermen te nemen bij de schoen die voor technologische doorbraken heeft gezorgd, nieuwe jeugdculturen heeft geïnspireerd en de modewereld op z'n kop heeft gezet. De sneaker wordt dagelijks gekocht en gedragen door miljoenen mensen wereldwijd; in 2021 alleen al werd meer dan 1.1 miljard paar sneakers verkocht. *Sneakers Unboxed* combineert de geschiedenis en culturele context van de sneaker met de laatste innovaties op het gebied van design en duurzaamheid.



*Young boys, Brooklyn, New York, 1981. Met dank aan Jamel Shabazz*

*“De sneaker is het belangrijkste culturele object van onze eeuw. In de sneaker komen alle belangrijke design-thema’s van onze tijd samen: van duurzaamheid tot commercie, van stijl tot subcultuur, van technologie tot mode.”* Timo de Rijk, directeur Design Museum Den Bosch

*“We zijn ontzettend blij om via deze belangrijke tentoonstelling, waarin enkele van de meest iconische sneakers ooit worden samengebracht, onze samenwerking te mogen voortzetten. Naast de culturele betekenis, herkennen wij bij StockX de economische kansen die gecreëerd worden door de verkoop van sneakers binnen onze levendige community, van studenten die zo hun opleiding financieren tot geavanceerde bedrijven die dagelijks duizenden paren verkopen.”* Derek Morrison, GM EMEA, StockX



*Nike Space Hippiie 03, 2020. The Design Museum, London. Foto: Ed Reeve*

### **Wat ga je zien?**

De tentoonstelling bestaat uit vier delen. Na de introductie kom je terecht in het eerste deel: *Style*. Hier ontmoet je de jongeren die van over de hele wereld een prominente stempel gedrukt hebben op de sneakercultuur. Vanaf de jaren zeventig hebben zij een essentiële rol gespeeld bij het ontwikkelen van de sneaker van sportkleding tot gewild stijlicoon. Ontdek de verhalen en invloed van onder andere Michael Jordan, Run DMC en Walt 'Clyde' Frazier. Het tweede deel heet *Tipping Point* en laat het kantelpunt zien van streetstyle naar high fashion. Rond de millenniumwisseling gaan sportmerken, niche boetiekjes, kleine retailers, streetwearliefhebbers en vooruitstrevende modeontwerpers steeds vaker samenwerken. Die collabs staan aan de wieg van het experimentele sneakerdesign dat leidt tot de geboorte van limited editions en de huidige sneakercultuur. Naast must-see modellen zoals de Yeezy 350 Zebra of een sneaker geïnjecteerd met heilig water uit de rivier de Jordaan wordt er aandacht besteed aan Virgil Abloh van Off-White. Daarnaast zie je collabs met Comme des Garçons, Y-3, Colette, BAPE, HTM, A-COLD-WALL\*, Martine Rose en Tom Sachs. Het derde deel toont onder de titel *Performance* de geschiedenis van ontwerpinnovatie in de sneakerwereld. De meeste sportschoenen die we nu als innovatief en baanbrekend beschouwen, zijn voortgekomen uit ontwerpproblemen als grip, demping, pasvorm en stabiliteit. Ook nu nog staan deze uitdagingen centraal bij het verbeteren van atletische prestaties. Hier zie je onder andere een van de eerste Converse All Stars ooit gemaakt, de ademende schoen die ontwikkeld werd door PUMA en het MIT Design Lab, de Reebok InstaPump Fury en de Nike Air Zoom Alphafly NEXT% die gemaakt werd met en voor marathonloper Eliud Kipchoge.

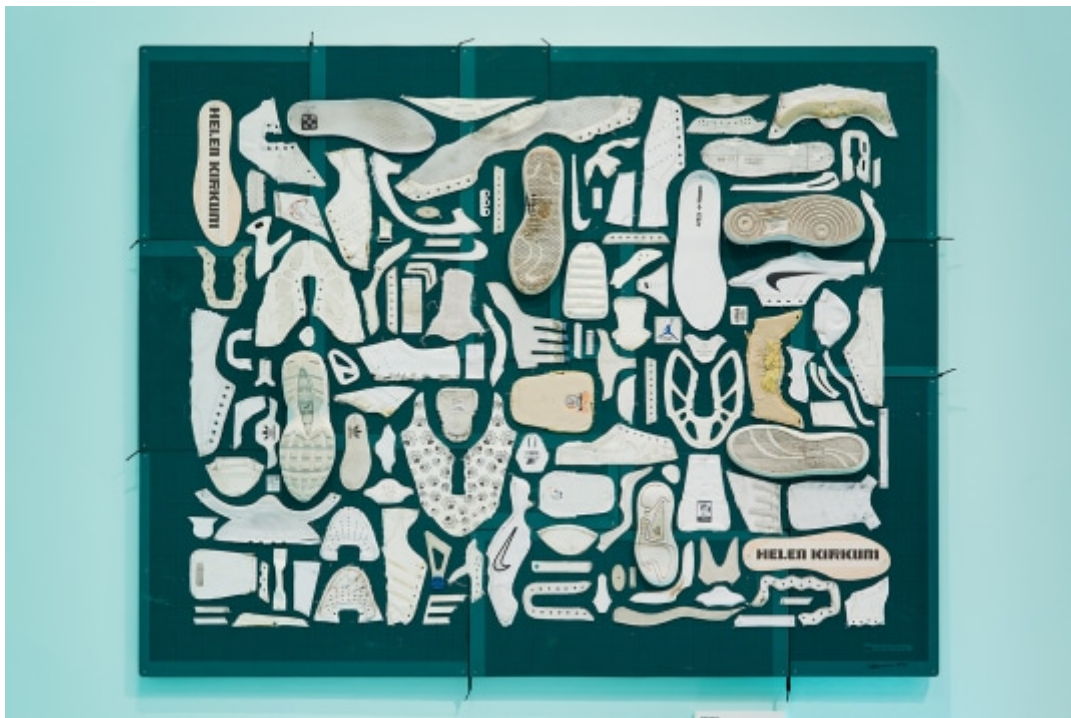


Print advertentie, PUMA Clyde, 1972, PUMA archief

### Een duurzame toekomst

Het einde van de tentoonstelling heet *Sustainability and Circular Design*. Omdat de sneaker het meest wijdverspreide designobject ter wereld is, zorgt de miljardenindustrie ook voor omvangrijke milieuvervuiling en sociaal onrecht. In de afgelopen jaren hebben veel ontwerpers zich over dit dilemma gebogen. Dit leidt tot innovatie in materialen, experimentele productietechnieken en meer transparantie in het productie- en leveringsproces. De Nederlandse ontwerpers Elisa van Joolen en Peterson Stoop werken bijvoorbeeld met tweedehands sneakers en samples die anders weggegooid zouden worden. Andere designers en ondernemers zijn juist bezig met natuurvriendelijke schoenen, zoals Stella McCartney's Loop sneakers waarvan ieder onderdeel recyclebaar is; Mylo, het leer gemaakt van paddenstoelen dat wordt gebruikt door adidas, en het Franse merk Veja dat hun voeringen van gerecyclede flessen maakt. De Britse ontwerper Helen Kirkum produceert op maat gemaakte sneakers van gerecyclede en afgedankte materialen.





*Helen Kirkum – Sneaker Archeology, 2021. Helen Kirkum Studio. Foto: Ed Reeve*

### **Het Nederlandse verhaal**

De tentoonstelling *Sneakers Unboxed* is oorspronkelijk ontwikkeld voor en door the Design Museum, London. De versie die in Den Bosch te zien zal zijn, ziet er niet alleen heel anders uit, maar vertelt ook het verhaal van de sneakercultuur in Nederland. Zo zie je voor het eerst alle collabs die ooit door het Nederlandse Patta gemaakt zijn samen in één tentoonstelling. Ook de bijzondere band tussen de Nike Air Max BW en de Nederlandse gabbercultuur komt uitgebreid aan bod. De skatecultuur komt onder meer naar voren in de film over Fret Click, de Nederlandse skate-crew die binnen de wereld van skateboarden grote invloed heeft gehad, en waar prominente figuren binnen de sneakerindustrie uit zijn voortgekomen, zoals Piet Parra en Woei. Werk van Piet Parra is in de tentoonstelling te zien, samen met andere Nederlandse ontwerpers als Studio Hagel, Elisa van Joolen en Peterson Stoop.



*Nike Air Max 90 x Patta 'Homegrown' (2006). Foto: Ed Reeve*

### **Publieksprogramma**

Bij de tentoonstelling hoort een uitgebreid publieksprogramma. De aftrap wordt gedaan met het evenement *Sneaker Stories*. Op zaterdag 21 mei vullen we het museum met alle persoonlijke verhalen die sneakers oproepen. Ontmoet de sneakerheads, verzamelaars en ontwerpers die samen de wereld van de sneaker vormen. In de zomer volgen nog evenementen als *The Drop* (over de verzamelaarscultuur), een debatprogramma voor middelbare scholen en zomervakantiewerkshops voor kinderen. Ook bij *Sneakers Unboxed* wordt weer het online verdieplingsplatform de Derde Verdieping ingericht. Hier vind je onder meer de podcast *SneakEars*, waarin ontwerpers en sneakerheads dieper ingaan op de thema's van de tentoonstelling. Op de begane grond van het museum reageert het Young Design Team op de tentoonstelling. In *Sneakers Under Construction* stellen zij kritische vragen bij het fenomeen van de sneaker en gaan ze in op onderwerpen als maakbaarheid, duurzaamheid, identiteit en inclusie. Aan de hand van een uitgebreide programmering en in samenwerking met jonge ontwerpers en kunstenaars uit diverse disciplines creëren zij een inspirerende ruimte voor experiment en reflectie.



*Angel & Moses, New York City, 1981. Met dank aan Jamel Shabazz*

### **Colofon**

*Sneakers Unboxed* is een samenwerking met the Design Museum, London en StockX, de globale e-commerce marktplaats voor actuele cultuurproducten. Het Nederlandse deel van deze tentoonstelling is samengesteld door conservator Adriënne Groen, met assistentie van Bao Yao Fei. De conservator van de tentoonstelling in Londen is Ligaya Salazar, gesteund door Leo Aslany. Het tentoonstellingsontwerp wordt verzorgd door Koehorst in 't Veld. De tentoonstelling is mede mogelijk gemaakt met steun van het Prins Bernhard Cultuurfonds Noord-Brabant, Fonds 21 en de gemeente 's-Hertogenbosch. Het Young Team Design wordt mogelijk gemaakt door Fonds 21 EXTRA.

the  
DESIGN  
MUSEUM

StockX FONDS21

 's-Hertogenbosch

  
PRINS BERNHARD  
CULTUURFONDS

### **Noot voor de redactie, niet voor publicatie**

Op maandag 2 mei om 11.30 is er een persvoorbezigting. [Meld je HIER aan](#). Beeldmateriaal is beschikbaar via [www.designmuseum.nl/pers](http://www.designmuseum.nl/pers). Voor meer informatie en interviewverzoeken kan je contact opnemen met mevrouw Maan Leo, manager marketing & communicatie Design Museum Den Bosch via [publiciteit@designmuseum.nl](mailto:publiciteit@designmuseum.nl) of 06 – 20 71 85 28. Overnameaanvragen met betrekking tot de tentoonstelling richt je aan Charlotte Bulté, via [charlotte.bulte@designmuseum.org](mailto:charlotte.bulte@designmuseum.org) of +44 (0)20 3862 5883.

### **Over StockX**

StockX is een trotse Detroitse technologieleider, gericht op de steeds groeiende onlinemarkt voor sneakers, streetwear, elektronica, trading cards en accessoires. Het krachtige StockX-platform steunt op dynamische prijszettingsmechanismen om

kopers en verkopers van veelgevraagde artikelen uit de hele wereld samen te brengen. Onze aanpak biedt zowel toegang als marktzichtbaarheid aan op basis van real-time gegevens. Daarmee kunnen kopers en verkopers een correcte marktwaarde bepalen en toepassen. Het StockX-platform biedt honderden merken uit verschillende verticale markten aan, waaronder Jordan Brand, Adidas, Nike, Supreme, BAPE, Off-White, Louis Vuitton en Gucci, verzamelobjecten van kunstenaars zoals KAWS en Takashi Murakami, en elektronica van topfabrikanten als Sony, Microsoft, Nvidia en Apple. StockX is in 2016 van start gegaan en heeft wereldwijd meer dan 1.500 mensen in dienst, verspreid over kantoren en elf authenticatiecentra. Meer informatie op [www.stockx.com](http://www.stockx.com).

### **Over The Design Museum**

The Design Museum in Londen is wereldwijd de belangrijkste instelling in het domein van hedendaagse architectuur en design. Het richt zich op alle elementen van design, waaronder mode, product- en grafisch ontwerp. Sinds de opening in 1989 heeft het museum van alles tentoongesteld, van een AK-47 tot hoge hakken van Christian Louboutin. Ruim 100 tentoonstellingen hebben meer dan zeven miljoen bezoekers aangetrokken om het werk van de meest gevierde internationale ontwerpers en architecten te bewonderen, o.a. Paul Smith, Zaha Hadid, Jonathan Ive, Frank Gehry, Eileen Gray en Dieter Rams. Op 24 november 2016 verhuisde The Design Museum naar Kensington, West-Londen, waar de toonaangevende architect John Pawson het interieur van een modernistisch gebouw uit de jaren '60 tot een nieuwe museumruimte heeft omgevormd. Met een verdrievoudigde vloeroppervlakte heeft de instelling sindsdien de mogelijkheid om een nog breder scala van tentoonstellingen aan te bieden en zijn educatieve programma aanzienlijk uit te breiden.

Design Museum Den Bosch kijkt verder, voorbij de ontwerpen. We tonen de invloed van design op ons dagelijks leven en vertellen het verhaal erachter. We belichten de culturele betekenis en de rol van vormgeving in de geschiedenis, nu en in de toekomst.

*Marketing & Communicatie*  
[publiciteit@designmuseum.nl](mailto:publiciteit@designmuseum.nl)  
0031 (0) 73 627 35 13

**Design Museum Den Bosch**  
De Mortel 4  
5211JD Den Bosch



[www.designmuseum.nl](http://www.designmuseum.nl)  
[www.designmuseum.nl/pers](http://www.designmuseum.nl/pers)

Geen berichten meer ontvangen van ons? [Klik hier](#).