

Persbericht

25 maart 2010

Tupperware / plastic fantastic I know you'll be excited!

3 april t/m 15 augustus 2010
Gemeentemuseum Den Haag

Misschien wat minder wulps en een stuk fatsoenlijker dan Marilyn Monroe, maar met slanke taille, geblondeerde coupe, lachend aan het aanrecht. Zij is gelukkig, een goede huisvrouw en succesvol! Dat is de Amerikaanse Droom van Tupperware die begon aan het einde van de jaren veertig van de vorige eeuw en die we zien op oude advertenties uit die begintijd. Earl Tupper (1907-1983) stond aan de basis van het succes van Tupperware; zijn bedrijf *Tupper Plastics* fabriceerde in eerste instantie onderdelen voor gasmaskers en signaallampen voor de marine. De productie ging kort daarna over in *no nonsense* vormgegeven en buitengewoon praktische plastic bakjes, bekers, bestek en andere huishoudelijke producten, wat door de verkoopmethode, verrassend genoeg, bijdroeg aan het feminisme. Vanaf 3 april 2010 is het zoet gekleurde Tupperware te zien in het Gemeentemuseum.

Tupperware werd een succesformule door de inbreng van Brownie Wise (1913-1992), handelaar in huishoudelijke producten. Zij was de bedenker van het vernieuwende concept: een feestje om Tupperware te verkopen, wat de huisvrouw in staat stelde om ook zelf geld te verdienen. De vrouw kon overdag haar zorgtaak uitvoeren voor het gezin en in de avond werken op de welbekende Tupperware party, in een onbedreigende, huiselijke setting, samen met andere vrouwen. Tupperware verkopen was een onbedorven en onschuldige baan. Het maakte de positie van de vrouw in de Amerikaanse samenleving zelfstandiger en sterker; getuige een oud affiche met daarop een vrolijke en jong uitzijnde huisvrouw die een gloednieuwe auto bij elkaar heeft gespaard met het verkopen van Tupperware.

Tupperware is een industrieel product, gemaakt als praktisch huishoudelijk hulpmiddel. Het succes van het bedrijf komt niet voort uit de ontwerpen van hoogaangeschreven sterdesigners, noch uit het idee van luxe. Tupperware is mooi en gemakkelijk. Het is juist de vrolijkheid die de kracht is van de bekende plastic voorwerpen, vaker rond dan hoekig, in zoete kleuren als mint en roze. Uniformiteit is er in vorm, maar niet in kleur, zo is te zien op de tentoonstelling, waar veel objecten te zien zijn in steeds verschillende kleuren.

Tupperware is een prachtig voorbeeld van hoe een plasticfabriek uitgroeide tot een bedrijf dat bijdroeg aan de emancipatie van de vrouw en de Amerikaanse maatschappij vooruit hielp. De oorlog had plaatsgemaakt voor een positieve wending, de ontwikkeling van Amerika en van de vrouw. Het Gemeentemuseum laat in het voorjaar van 2010 zien hoe het Tupperware object uit de jaren '40, '50 en '60 -mét origineel verpakkings- en reclamemateriaal- onderdeel werd van de Amerikaanse Droom en de cultuurgeschiedenis.

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie: afdeling Voorlichting & PR, Emma van Proosdij, 070 – 338 11 21, evproosdij@gemeentemuseum.nl.