

FOOD FOR THOUGHT
SECOND THOUGHT

VOEDSEL EXPOSITIE '26 - '27

FRIES LANDBOUW
MUSEUM
NATIONAAL VEETEELT



100
JAAR

VOEDSEL
EXPOSITIE
'26 - '27

SAMENVATTING

In oktober 2026 lanceert het Fries Landbouwmuseum de ambitieuze tentoonstelling **Voedselexpositie '26/'27**, waarin urgente en complexe vraagstukken rond voedselproductie, duurzaamheid en gezondheid centraal staan. De tentoonstelling bestaat uit twee complementaire onderdelen: *Food for Thought* en *Second Thought* en wil bezoekers bewust maken van hun rol in het mondiale voedselsysteem en zodoende bijdragen aan een gezonde dialoog tussen consument, sector, overheid en wetenschap. De expositie zal tot de zomer van 2027 te zien zijn en verwacht circa 20000 bezoekers.

De agrarische en voedselsector staan al geruime tijd in de schijnwerpers, vaak op negatieve wijze. Er heerst wederzijds onbegrip tussen de verschillende betrokkenen: bedrijven missen soms het zicht op de werkelijke problemen, terwijl het publiek onvoldoende bekend is met de goede intenties en resultaten vanuit de landbouw- en voedselsector. Vanuit zijn principeel **neutrale positie** streeft het museum ernaar wederzijds begrip te bereiken. Waar *Food for Thought* vragen stelt over het voedselsysteem, formuleert *Second Thought* antwoorden hierop vanuit de sector. Door kennis te delen en inzicht in de perspectieven en inspanningen van de sector te vergroten ontstaat ruimte voor een broodnodige constructieve voedseldialoog.

Food for thought

De expositie *Food for Thought* is een indrukwekkende multimediapresentatie van fotograaf en filmmaker Kadir van Lohuizen (1963). De tentoonstelling, ontstaan vanuit verwondering en openheid, brengt het wereldwijde voedselsysteem in beeld, met bijzondere aandacht voor de enorme rol van Nederland daarbinnen. In fotografie, film, dronebeelden en datavisualisaties wordt de reis van voedsel – van productie tot afval – inzichtelijk gemaakt. Bezoekers worden geconfronteerd met paradoxen: verspilling en overconsumptie versus honger en uitputting van gronden. De expositie eindigt met een interactieve installatie die bezoekers uitdaagt om hun eigen voedselkeuzes kritisch te bekijken.

Second Thought

Als antwoord op de kritische vragen van *Food for Thought* biedt de parallelexpositie *Second Thought* hoopvolle perspectieven en concrete oplossingen. De voedselsector – van boeren en supermarkten tot beleidsmakers en consumenten – krijgt de gelegenheid om initiatieven en ambities te tonen. Geen greenwashing, maar **zelfkritische** bijdragen aan een duurzaam en toekomstbestendig systeem. In mini-exposities, lezingen en debatten en studiebijeenkomsten worden concrete oplossingen gepresenteerd: regeneratieve landbouw, korte ketens, technologische innovatie en nieuwe verdienmodellen. De **denktank**, waarin schrijvers, denkers, onderzoekers en ondernemers participeren, formuleert samen met de projectpartners de centrale vragen en thema's.

Doel en doelgroep

De expositie sluit aan bij de missie van het Fries Landbouwmuseum, dat de betekenis, invloed en verantwoordelijkheid van landbouw als primaire voedselproducent centraal stelt. Het museum slaat een brug tussen verleden en toekomst, tussen wetenschap en samenleving, tussen boer, burger en cultuur. Wij verwachten met deze expositie en discussiebijeenkomsten in totaal 20.000 bezoekers te ontvangen, waarbij naast de consument en cultuurliefhebber ook jonge boeren, studenten en het agrarische bedrijfsleven belangrijke doelgroepen vormen.

Uitvoering

De expositie wordt ingericht in de nieuwe wisselexpositieruimte (220 m²), met daarnaast presentaties in andere ruimtes in het museum, in de stad Leeuwarden en online. Via een educatief programma, workshops, themadagen en samenwerkingen met scholen, bedrijven en overheden wordt een breed publiek bereikt: van gezinnen en toeristen tot beleidsmakers en jonge stedelingen.

Met Voedselexpositie'26/'27 presenteert het Fries Landbouwmuseum zich als een verbindend en inhoudelijk instituut dat de dialoog over voedsel en toekomst serieus vormgeeft. Het nodigt uit tot reflectie, samenwerking en verantwoordelijkheid – precies wat in deze tijd nodig is.

Begroting en dekking

De projectbegroting en dekkingsmix zijn uitgewerkt in bijlage 1. De financiering bestaat uit een mix van publieke bijdragen, fondsen en bijdragen van projectpartners en sponsors. Deze mix borgt zowel betrokkenheid van verschillende partijen als inhoudelijke onafhankelijkheid. De inhoudelijke eindverantwoordelijkheid van de selectie, deelname en inhoudelijke bijdragen van de projectpartners is gelegd bij de denktank en het kernteam.

Zie bijlage 1 (op aanvraag)

Voorwaarden en tarieven participatie

Zie bijlage 2 (op aanvraag)



INHOUD

1.	Inleiding	7
2.	Urgentie	9
3.	Voedselexpositie'26/'27	11
3.1	Food for Thought	11
3.2	Second Thought	17
3.3	Presentatie	21
3.4	Doelen en doelstellingen	23
3.5	Doelgroep, behoeften en stakeholders	23
4.	Fries Landbouwmuseum	27
5.	Programma, activiteiten, educatie	31
6.	Partnerships en samenwerkingen	32
7.	Marketing	33
8.	Organisatie	35
9.	Planning	36
10.	Risicoanalyse	37
11.	Governance Code Cultuur	38
12.	Fair Practice Code en Diversiteit en Inclusie	39
13.	Resultaten Scheepvaartmuseum Amsterdam	41
14.	Concept-begroting (op aanvraag)	42
15.	Voorwaarden en tarieven participatie (op aanvraag)	43



Jebel Ali haven, Dubai, VAE

De haven van Jebel Ali ligt in Dubai. De haven staat inmiddels in de top tien van de grootste havens ter wereld. Dit schip, de MSC Leanne, is bijna 400 meter lang en 60 meter breed.

1. INLEIDING

De manier waarop wij voedsel produceren, distribueren en consumeren staat onder druk. Klimaatverandering, geopolitieke spanningen, stikstofcrises en verlies van biodiversiteit zetten het huidige systeem onder spanning. Tegelijkertijd groeit het bewustzijn bij burgers dat voedsel meer is dan een dagelijks gebruiksgoed: het is een spiegel van maatschappelijke keuzes, technologische vooruitgang en mondiale afhankelijkheden. In deze context wint de roep om fundamentele verandering terrein, niet alleen in de wetenschap en politiek, maar ook in musea en cultuurinstellingen die als platforms fungeren voor reflectie en dialoog.

In Nederland staat de agrarische sector al jaren in het centrum van maatschappelijke discussies. Boerenprotesten, beleidswijzigingen en mediaberichtgeving tekenen een klimaat van polarisatie en wantrouwen. Bedrijven verliezen soms het zicht op onderliggende zorgen, terwijl het brede publiek vaak onbekend is met de innovaties en inspanningen binnen de sector. Er heerst wederzijds onbegrip. Door met **Voedselexpositie '26/'27** de dialoog te faciliteren tussen boeren, burgers, beleidsmakers en wetenschappers wil het Fries Landbouwmuseum dit patroon doorbreken.

Het museum presenteert hiervoor het tweeluik *Food for Thought* en *Second Thought*. In het eerste deel confronteert fotograaf en filmmaker Kadir van Lohuizen het publiek met de paradoxen en gevolgen van het mondiale voedselsysteem. Deze kritische, visueel krachtige presentatie nodigt uit tot nadenken over de eigen rol van de bezoeker als consument.

Het tweede deel biedt vervolgens een podium aan de sector zelf om antwoorden en alternatieven te presenteren. Van regeneratieve landbouw tot technologische innovatie en nieuwe verdienmodellen: hier krijgen toekomstvisies vorm.

Met deze opzet wil het Fries Landbouwmuseum meer dan informeren. Het streeft naar wederzijds begrip, genuanceerde beeldvorming en concrete betrokkenheid. De tentoonstelling is daarmee geen eindpunt, maar een uitnodiging tot gesprek, reflectie en actie. Precies dat is nodig om de voedseltransitie niet alleen bespreekbaar te maken, maar ook tastbaar en inclusief. In het vervolg van dit projectplan wordt toegelicht hoe dit doel vorm krijgt in programmering, partnerschappen, educatie en publieksstrategie.



Agrocare, Middenmeer, NL

Er wordt per jaar 910 miljoen kilo tomaten geteeld in Nederland: door doorontwikkelde zaden en hoogtechnologische, verwarmde kassen groeien de tomaten ook zonder de Mediterrane zon. Het is één van de grootste exportproducten van Nederland. 80% van de Nederlandse tomaten wordt geëxporteerd naar het buitenland. Het bedrijf Agrocare produceert zo'n 80 miljoen kilo tomaten per jaar in Nederland.

2. URGENTIE

Voedsel is van levensbelang – letterlijk. Het systeem voedt niet alleen miljarden mensen, maar raakt ook de kern van gezondheid, economie en klimaat. Toch staat het systeem wereldwijd onder druk. Een derde van al het voedsel wordt verspild, terwijl conflicten, pandemieën en klimaatverandering de voedselzekerheid bedreigen. Een gemiddelde maaltijd legt soms tienduizend kilometer af: met sperziebonen uit Kenia, avocado's uit Peru en zonnebloemolie uit Oekraïne. Volgens het Wereld Natuur Fonds moet er in de komende veertig jaar meer voedsel geproduceerd worden dan in de afgelopen achtduizend. Dit is geen verre zorg, maar een concrete uitdaging voor boeren, beleidsmakers, wetenschappers, bedrijven en consumenten.

Juist Nederland speelt hierin een sleutelrol. Als tweede landbouwexporteur ter wereld dragen wij kennis, technologie en producten aan voor de wereldvoedselvoorziening. Tegelijkertijd worden onze landbouwgronden intensief benut en groeit de druk op boer, bodem en biodiversiteit. Kalverslachterijen, uien die wereldwijd gegeten worden maar hier nauwelijks op het bord liggen, megaschepen vol soja in de haven van Amsterdam – het zijn voorbeelden van een systeem dat baat heeft bij efficiency, maar ook zijn grenzen toont. Voor agrarische ondernemers betekent dit het zoeken naar een leefbaar verdienmodel, voor beleidsmakers het balanceren tussen ecologie en economie, en voor burgers en consumenten het nadenken over hun eigen rol in het systeem.

Daarom is het nu tijd voor een gezamenlijke reflectie: niet door de vinger te wijzen, maar door perspectieven te delen. De urgentie is geen aanklacht, maar een uitnodiging. Alleen door elkaar te begrijpen kunnen we komen tot een veerkrachtig, eerlijk en toekomstbestendig voedselsysteem – lokaal en mondiaal.



FOOD FOR THOUGHT

**“Het is geen aanklacht;
ik wil de processen laten zien.”**

Kadir van Lohuizen

VOEDSELEXPOSITIE '26 -'27

10

3. VOEDSELEXPOSITIE '26/'27

Het Fries Landbouwmuseum presenteert *Voedselexpositie '26/'27* (werktitel). Met dit overstijgende expositiethema biedt het met de kritische expositie *Food for Thought* en als afgewogen antwoord daarop *Second Thought* een neutraal podium voor het voeren van een gezonde en constructieve voedseldialoog.

3.1 Food for Thought

De maker

Kadir van Lohuizen is een gerenommeerd fotograaf en documentairemaker, bekend om zijn scherpe blik en uitgesproken visuele stijl. In zijn werk richt hij zich op urgente mondiale thema's zoals migratie, afval, klimaatverandering en voedselproductie. Steeds weer weet hij complexe onderwerpen tastbaar te maken met een combinatie van journalistieke diepgang en esthetische kracht. Zijn project *Food for Thought* vormt daarop geen uitzondering: het legt op indringende wijze de mondiale voedselketen bloot, met ruimte voor verwondering en kritische reflectie.

De tentoonstelling: inhoud, vorm en thematiek

Van Lohuizen begint zijn visuele reis in Nederland, dat na de Verenigde Staten de grootste voedselexporteur ter wereld is. Zijn onderzoek onthult de schaal en complexiteit van de Nederlandse voedselindustrie en werpt licht op de paradoxen die ermee gepaard gaan. Hij volgt de voedselketen van productie tot consumptie, en van distributie tot afval – en toont hoe onze landbouw, technologie en export verweven zijn met mondiale processen.

Hierbij ligt de nadruk op vier centrale thema's: efficiëntie, duurzaamheid, economie en de toekomst van voedsel. Vijf strategische regio's – de Verenigde Staten, China, Oost-Afrika, Saoedi-Arabië en de Verenigde Arabische Emiraten – vormen het internationale perspectief. Bezoekers worden uitgedaagd na te denken over hun eigen eetgedrag: hoeveel kilometer legde jouw avondeten af? En welke impact heeft jouw voedselpatroon op mens en planeet?

De première in Amsterdam

De tentoonstelling ging op 3 november 2023 in première in Het Scheepvaartmuseum in Amsterdam en werd wegens succes verlengd tot begin 2025. In de Noordvleugel presenteerde het museum een indrukwekkende multimediale installatie van circa 600 m², ontworpen door Kummer & Herrman (tegenwoordig LMNOP). Grote schermen, filmbeelden, fotografie en datavisualisaties wisselden elkaar af in een krachtige scenografie. De thematiek sloot naadloos aan bij het maritieme profiel van het museum en maakte de internationale voedselstromen op gelaagde en toegankelijke wijze zichtbaar.

Kritische vragen en noodzakelijke keuzes

Food for Thought stelt indringende vragen over de wereld achter ons voedsel: over de gevolgen van intensieve productie en export, over verspilling, dierenwelzijn en de impact op milieu en gezondheid. De tentoonstelling biedt inzicht en handvatten voor verandering. Grootchaligheid en efficiëntie worden in context geplaatst: noodzakelijk om 8 miljard mensen te voeden, maar niet zonder gevolgen.



Bustanica, Dubai, VAE

Bustanica is naar eigen zeggen de grootste vertical farm ter wereld. Op 30.000 m² verbouwen ze het hele jaar door sla, spinazie, boerenkool en rucola. Daarbij wordt de hele ruimte gebruikt en groeien er verschillende groente boven en onder elkaar. In het hete klimaat van de regio is er veel energie nodig voor deze productie.

De expositie slaagt erin om deze spanning voelbaar te maken, zonder te vervallen in simplificatie of moralisme. De boodschap is helder: een eerlijker, duurzamer voedselsysteem is mogelijk – mits wij gezamenlijk verantwoordelijkheid nemen. Precies daarom verdient deze boodschap meer zichtbaarheid en verspreiding, binnen en buiten het museum.

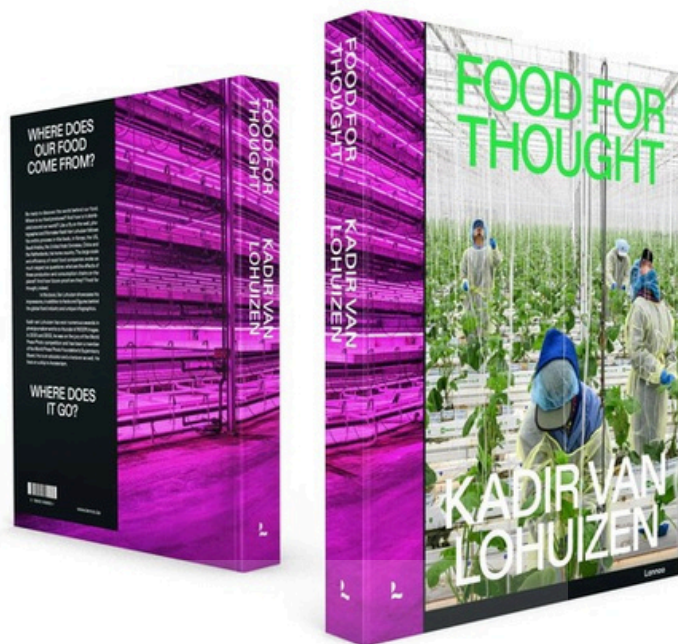
Spin-offs, verspreiding en dialoog

De tentoonstelling bleef dan ook niet beperkt tot Amsterdam. In 2025 reisde *Food for Thought* naar Oman, waar Van Lohuizen eerder voedselprojecten documenteerde. Ook verscheen een zesdelige televisieserie van de VPRO, die de mondiale voedselketens verder uitdiept. Deze spin-offs vergroten de maatschappelijke verspreiding van de thematiek en versterken het bereik van het project. In 2026 neemt het Fries Landbouwmuseum de expositie over als onderdeel van *Voedselexpositie '26/'27*. Daarmee wordt *Food for Thought* het vertrekpunt van een breder gesprek waarin de boodschap wordt verbonden met de Friese voedselrealiteit en de toekomst van landbouw en consumptie.

Boek

Parallel aan de tentoonstelling verscheen bij uitgeverij Lannoo een omvangrijk, rijk geïllustreerd boek, vormgegeven door Kummer & Herrman en gebaseerd op hetzelfde mondiale onderzoek. Het bundelt Van Lohuizens beelden tot een atlas van het voedselsysteem en bevat datamateriaal dat speciaal voor deze publicatie werd onderzocht en vertaald naar heldere infographics.

In de inleiding benadrukt Van Lohuizen dat een toekomstbestendig systeem alleen mogelijk is wanneer we bereid zijn het fundamenteel te herzien. Zo fungeert deze publicatie als compacte verdieping van de tentoonstelling en bovendien als blijvende bron voor reflectie en gesprek.





Nijssen, Veulen, NL

Deze berg afgekeurde stroopwafels is voer voor de varkens. Vroeger belanden voedselresten, zoals appelschillen of afgekeurde tomaten, in de voederbak van deze alleseter. Tegenwoordig krijgen varkens en kippen ook andere restjes te eten, zoals donuts, stroopwafels, pasteitjes en winegums. Vaak alleen afgekeurd omdat ze iets te doorbakken of niet mooi rond zijn. De standaard van de consument ligt steeds hoger. Voedsel met kleine afwijkingen wordt niet gekocht en dus afgekeurd.

Denktank (zie ook hoofdstuk 8)

Om de dialoog echt op gang te brengen zal vanuit *Food for Thought* een aantal relevante, prikkelende, soms confronterende vragen over het voedselsysteem worden opgesteld.

Dit kunnen vragen zijn als:

- Hoe kunnen we tegelijkertijd de impact op de omgeving verkleinen, voedselvoorziening zekerstellen, de producent een rendabele business garanderen en de consument een acceptabele prijs?
- Op welke manier kan de wereldbevolking duurzaam gevoed worden?
- In hoeverre moeten daartoe de schaalgrootte en afstanden worden verkleind?
- Welke bedrijven maken zich schuldig aan 'greenwashing'? Openlijk, geraffineerd?
- Welke duurzame claims doet uw organisatie en waarop zijn die gebaseerd?
- Hoe ziet de toekomst eruit als we niets doen?
- Wat is de rol en verantwoordelijkheid van de consument?

Omdat alles zelf doen onvermijdelijk leidt tot tunnelvisie, formeren wij voor dit doel een gevarieerde, deskundige en vooral kritische denktank. Deze bestaat uit ons eigen kernteam, aangevuld met een aantal externe leden, waaronder, naast Kadir van Lohuizen zelf, bijvoorbeeld betrokken journalisten, schrijvers en wetenschappers en ondernemers uit de voedselsector.

De denktank...

- Treedt in gesprek met de landbouw- en voedselsector.
- Daagt de sector uit om te reflecteren, te reageren of te participeren.
- Beslist mee in de selectie van partners, sponsors e.d.
- Is verantwoordelijk voor de inhoud van het programma.
- Formuleert de vraagstelling vanuit *Food For Thought* en beantwoording bij monde van *Second Thought*.
- Vindt concrete manieren om de bezoeker te raken, om de dialoog op gang te brengen.
- Levert eigen initiatieven en bijdragen in de vorm van publicaties, lezingen e.d.



SECOND THOUGHT

3.2. Second Thought

Verantwoordelijkheid

De voedselsector, overheden en consumenten dragen ieder verantwoordelijkheid binnen het voedselsysteem. *Voedselexpositie '26/'27* biedt deze en andere stakeholders de kans om via een paralleltentoonstelling een inhoudelijke bijdrage te leveren. Als inhoudelijk antwoord op *Food for Thought* presenteert het Fries Landbouwmuseum in *Second Thought* aansprekende en inspirerende voorbeelden van omgevingsbewustzijn, innovatie en concrete oplossingen uit de voedselsector. In deze expositie worden vanuit de sector realistische antwoorden geformuleerd op urgente vraagstukken in het voedselsysteem.

Van beeldvorming naar betrokkenheid

Waar Kadir van Lohuizen in zijn internationale onderzoek de wereldwijde voedselketen indringend zichtbaar maakt, met al haar paradoxen, spanningen en afhankelijkheden, biedt *Second Thought* het noodzakelijke vervolg: inzicht in mogelijkheden, reflectie op verantwoordelijkheid en concrete perspectieven op verandering. Zo ontstaat vanuit verwondering en kritiek een uitnodiging tot actie, waarin sector en samenleving elkaar ontmoeten. Deze opbouw – van vragen naar antwoorden – maakt het mogelijk om uit een begriploze of verwijtende discussie te stappen en te komen tot een gezonde voedseldialoog.

Lokale antwoorden op wereldwijde vragen

Second Thought geeft Leeuwarder, Friese en expositiepartners uit de rest van Nederland de gelegenheid om te laten zien hoe zij manier omgaan met thema's als productie, verkoop, transport, energie, milieu, klimaat en dierenwelzijn. Ook het bevorderen van maatschappelijke betrokkenheid bij de lokale landbouw speelt een belangrijke rol. Friese en Nederlandse bedrijven, instellingen, overheden en consumenten worden hierbij nadrukkelijk betrokken. Vanzelfsprekend vindt er een zorgvuldige selectie plaats van deelnemers, op basis van criteria als bewustzijn, zelfkritiek en actieve ontwikkeling.

Een podium voor constructieve dialoog

De expositie biedt de agrarische en voedselsector uit Leeuwarden en Friesland – waaronder zelfkritische bedrijven, overheden, instituten en onderwijsinstellingen – een unieke kans: een landelijk podium voor hun goede ontwikkelingen en initiatieven. *Food for Thought* stelt kritische vragen en zet de bezoeker aan tot nadenken; *Second Thought* laat de sector, in nauwe samenwerking met de denktank, zelf duurzame antwoorden formuleren. Dit gebeurt in de vorm van geïntegreerde mini-exposities, en een uitgebreid programma van lezingen en debatten. Daarbij worden ook boeren, boerenorganisaties, leveranciers en verwerkers uitdrukkelijk uitgenodigd om actief mee te denken en zich te vertegenwoordigen.

Farms in the desert

The United Arab Emirates and neighbouring Saudi Arabia both have a dry desert climate. In competition with each other, the two countries are trying to become less dependent from importing food. With growing populations, food security is a major issue. How are these countries trying to achieve self-sufficiency despite the lack of fresh water and fertile soil?

Although in both cases most of the country is desert, the agriculture is possible. In the United Arab Emirates, the food is produced in greenhouses. In Saudi Arabia, the food is produced in the desert. The two countries are trying to achieve self-sufficiency despite the lack of fresh water and fertile soil.

How the United Arab Emirates and Saudi Arabia are trying to become less dependent from importing food. With growing populations, food security is a major issue. How are these countries trying to achieve self-sufficiency despite the lack of fresh water and fertile soil?



“We need to think of ourselves not just as consumers at the end of the food chain, but as participants in a food system.”

*Wilkins, Jennifer L,
voedselonderzoeker*

Van kritische reflectie naar gedeelde verantwoordelijkheid

De unieke kracht van *Second Thought* is dat het niet los staat van, maar juist voortbouwt op *Food for Thought*. De kritische, visueel krachtige presentatie van Van Lohuizen fungeert als katalysator voor een verdiepend gesprek: hoe kunnen we samen – consument, boer, beleidsmaker en ondernemer – vorm geven aan een eerlijker, duurzamer voedselsysteem? De denktank van *Voedselexpositie '26/'27* stelt op basis van de tentoonstelling gerichte vragen aan de sector. De antwoorden die hieruit voortkomen vormen de kern van *Second Thought*. Daarmee maken we van een confronterende analyse een collectieve uitnodiging tot reflectie en tot actie.

De agro-foodsector kan hierbij als volgt onderverdeeld worden:

- Producenten en verwerkers
- Distributeurs (supermarkten e.d.)
- Horeca (restaurants e.d.)
- Consumenten (individuele initiatieven, consumentenorganisaties)
- Overheden en politiek
- Onderzoek en onderwijs
- Belangengroepen en NGO's
- Natuurorganisaties
- De pers

Uiteenlopende visies vanuit de wetenschap, overheden en het bedrijfsleven kunnen bij het formuleren van de verschillende antwoorden een leidraad vormen.

Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan:

- Frank Verhoeven: innovatie binnen de bestaande landbouw, duurzaamheid op waarde zetten met KPI's, bepalen true value.
- Hidde Boersma: intensieve landbouw met minimaal grondgebruik; de rest teruggeven aan de natuur; het driecompartimentenstelsel.
- Michiel Korthals: kleinschaligheid, lokaal produceren, biologisch, afstand tussen de bron en de consument, de kloof tussen landbouw en burger.
- Joris Lohman, de oprichter van Food Hub opleider in de voedsel- en landbouwsector.
- Het discussieplatform *Foodlog*.





3.3. Presentatie

Voedselexpositie '26/'27 wordt georganiseerd in de nieuwe grote wisselexpositieruimte van ca 220 m2, verbonden aan ons nieuwe thema 'Landbouw, Maatschappij & Actualiteit', en in andere ruimtes van het museum. De grote expositieruimte wordt ingericht met een naar schaal en thematiek aangepaste versie van *Food for Thought*. Het betreft een groots opgezette foto- en beeldtentoonstelling, aangevuld met achtergrondinformatie en sprekende cijfers en grafieken. Er worden grote artistieke, informatieve videobeelden op grote projectieschermen gebruikt. In een multimediale beleving met fotografie, film- en dronebeelden en statistieken wordt de bezoeker meegenomen in het visuele onderzoek van Kadir van Lohuizen naar het wereldwijde voedselsysteem. De foto's en filmbeelden worden op diverse manieren en in verschillende formaten gepresenteerd en afgewisseld met data en statistieken. Grote schermen in de ruimte zorgen voor een sterk ritme in de fysieke ruimte. Hoofdstations (hubs) bieden verdere uitleg, waarbij fotografie en filmmateriaal wordt ondersteund door interactieve data en verdiepende informatie.

De professioneel vervaardigde en op maat gemaakte mini-exposities die beschikbaar worden gesteld aan de partners van de parallelexpositie *Second Thought* worden gesitueerd op relevante prominente en bovenal zichtbare plekken, verspreid over het museum: de lezingenzaal, de kas, binnen de ruimtes van de vaste thema's Akkerbouw, Zuivel en Veeteelt.

De verschillende professioneel ontworpen en vervaardigde partnerexposities zijn in basis audiovisueel, interactief en krijgen bovendien een eigen plaats op de website van het museum. Parallel aan de marketing van de tentoonstelling zal de zelfkritische en door het kernteam geredigeerde **expositieboodschap** van de projectpartner aandacht krijgen binnen de grote landelijke marketingcampagne.

De bezoeker gaat naar huis, onder de indruk van de mogelijkheden en impact van het internationale voedselsysteem en met een grotere bewustwording met betrekking van zijn of haar eigen rol daarbinnen als burger en als consument.



**“Geen opgeheven
vingertje maar
adembenemende
schoonheid: de gehele
voedselketen trekt voorbij
in expositie Kadir van
Lohuizen.”**

Jan Pieter Ekker, Parool

**“Fotograaf Kadir van
Lohuizen laat het aan de
bezoeker over om een
oordeel te vormen over de
voedingsindustrie.”**

Arno Haijtema, Volkskrant

3.4. Doelen en doelstellingen

Direct

- Bewustmaken van de urgentie door het tonen van de huidige situatie.
- Het tonen van de goede initiatieven, ontwikkelingen en resultaten binnen de sector.
- Wederzijds begrip bevorderen onder alle stakeholders, critici, de sector en de consument door een dialoog tot stand te brengen.
- De sector en de consument laten nadenken over hun rol en verantwoordelijkheid. We zijn tenslotte allemaal onderdeel van het systeem.
- Voorlichting hieromtrent is een van de verantwoordelijkheden van het Fries Landbouwmuseum.
- Verwelkomen van nieuwe bezoekerscategorieën.
- Beoogd aantal bezoekers: 20000.

Indirect

- Met programma van grote aansprekende wisselexposities willen wij als museum groeien.
- Vestigen als neutraal, overstijgend en verbindend instituut binnen de sector.
- Vergroting van het netwerk door alle nieuwe contacten, relaties en samenwerkingen.
- Landelijke bekendheid bereiken; ruime aandacht in de landelijke pers en vakpers.
- Vergroten van het maatschappelijke bereik.
- Een meer dan rendabele expositie, die reserves en groei mogelijk maakt.
- Verbeteren van de organisatie, bedrijfsvoering en exploitatie.

3.5 Doelgroep, behoeften en stakeholders

De agri-food sector

Zowel agrarische professionals als bewuste consumenten vragen zich af welke rol zij kunnen spelen in duurzame voedseltransitie. De tentoonstelling biedt beide groepen inzicht in elkaars perspectieven en wil hen inspireren tot dialoog en gezamenlijke actie, binnen en buiten het museum.

Onderwijs

Deze tentoonstelling en discussie vormen een waardevolle aanvulling voor elke agrarische opleiding, zowel in Leeuwarden als elders in het land. Toekomstige boeren en professionals in de periferie van de agrarische sector worden op deze manier uitgedaagd na te denken over mondiale voedselproductie en de positie van de Nederlandse landbouw daarin. Daarnaast willen we met studiebijeenkomsten en speciale arrangementen de sector in de volle breedte betrekken bij deze prikkelende expositie en zo het gesprek over de toekomst van voedselproductie op gang brengen.

Kennisinstellingen, onderzoek en innovatie

Samenwerking met kennisinstellingen als Van Hall Larenstein, Dairy Campus, NHL Stenden en bijvoorbeeld de Rijksuniversiteit Groningen is cruciaal voor de wetenschappelijke onderbouwing van de tentoonstelling. Zij duiden voedselstromen, innovaties en maatschappelijke trends en leveren inhoudelijke verdieping.

De expositie biedt ruimte voor onderzoeksprojecten, publieksvriendelijke data en gastcolleges. Zo wordt het museum een ontmoetingsplek waar wetenschap, sector en publiek elkaar vinden en kennis direct wordt verbonden met maatschappelijke vragen.

Overheden, politiek, beleidsmakers

Overheden, onderwijsinstellingen, bedrijven en onderzoeksinstituten zijn belangrijke stakeholders binnen het voedselvraagstuk. De tentoonstelling biedt hen een platform voor kennisdeling en dialoog, waar uiteenlopende belangen, zorgen en ambities samenkomen en ruimte ontstaat voor samenwerking en wederzijds begrip.

Jonge boeren

Voor jonge boeren is de voedseltransitie dagelijkse realiteit. Zij balanceren tussen regelgeving, maatschappelijke verwachtingen, financiële druk en innovatie. De expositie biedt hen een plek om hun zorgen en perspectieven te spiegelen aan mondiale ontwikkelingen en concrete voorbeelden uit de sector. Via sectoravonden, studiebijeenkomsten en gesprekken met de denktank worden jonge boeren actief betrokken. Zo ontstaat een omgeving waarin erkenning, inspiratie en dialoog hand in hand gaan.

Bewuste consumenten

Bewuste consumenten vormen een groeiende doelgroep die behoefte heeft aan duidelijke informatie over herkomst, productiemethoden, gezondheid en ecologische impact. De tentoonstelling biedt hun een toegankelijk kader om eigen keuzes beter te begrijpen. Interactieve elementen en datavisualisaties ondersteunen hen bij het reflecteren op hun positie binnen het voedselsysteem.

Families met kinderen

Behoren tot de kernbezoekers van het Fries Landbouwmuseum. Ze zoeken laagdrempelige, leerzame en leuke activiteiten voor kinderen, vooral tijdens vakanties. Een interactieve tentoonstelling over voedsel sluit goed aan bij hun behoefte aan educatie, ontspanning en bewustwording binnen het gezinsuutje.

Jongeren

Jongeren groeien op in een wereld waarin voedsel, klimaat en gezondheid grote thema's zijn, maar de achterliggende systemen vaak onzichtbaar blijven. De tentoonstelling biedt hen heldere, visuele en interactieve informatie die aansluit bij hun belevingswereld. Via samenwerkingen met scholen en korte, activerende opdrachten worden jongeren gestimuleerd na te denken over hun eigen rol en impact. Zo worden zij niet alleen toeschouwers, maar actieve deelnemers aan de voedseltransitie.

Verblijfstoeristen

Gezinnen of koppels die hun vakantie in Fryslân combineren met lokale uitstapjes. Ze kiezen het museum vaak als 'slecht-weer' activiteit of voor een leerzame onderbreking tijdens een actieve vakantie. Ze waarderen toegankelijke, gezinsvriendelijke tentoonstellingen met regionale aanknopingspunten.



Cultuurtoeristen

Deze groep vormt een kwart van de Nederlandse bevolking en bezoekt frequent musea met een Museumkaart. Ze waarderen goed vertelde, visueel aantrekkelijke tentoonstellingen binnen een historisch en maatschappelijk kader en plannen hun bezoek vaak bewust rondom culturele hoogtepunten.

Pioniers

Cultureel geïnteresseerden die moderne en hedendaagse tentoonstellingen waarderen. Ze bezoeken musea incidenteel, maar laten zich graag prikkelen door vernieuwende invalshoeken en maatschappelijk engagement. De thematiek van duurzaamheid en voedselproblematiek spreekt hen aan, zeker wanneer deze visueel krachtig wordt gepresenteerd.

Verdiepers

Deze vaste museumbezoekers zijn breed geïnteresseerd en maatschappelijk betrokken. Ze zoeken verdieping rond thema's als duurzaamheid, koloniale geschiedenis, klimaat en design. Ze waarderen verrassende invalshoeken binnen een cultuurhistorisch kader en staan open voor kritische reflectie en actuele vraagstukken.

Young Urban Citizens

Jongvolwassen stedelingen met interesse in duurzaamheid en lifestyle, maar minder museumervaring. Ze voelen zich aangesproken door eigentijdse vormgeving, duidelijke storytelling en interactieve elementen. Deze groep waardeert museale content die aansluit op hun idealen rond bewuste consumptie en toekomstgericht leven.





FRIES LANDBOUW
MUSEUM
NATIONAAL VEETEELT

100
JAAR

4. FRIES LANDBOUWMUSEUM

Het Fries Landbouwmuseum vertelt al meer dan 100 jaar het verhaal van landbouw en voedsel. Als grootste agrarisch museum van Nederland tonen we alle aspecten van de landbouw. Waar anders dan in Leeuwarden – centrum van agrarische kennis en innovatie? De rol en invloed van landbouw als primaire mondiale voedselproducent is niet te overschatten. Dit brengt een verantwoordelijkheid met zich mee; voor de sector, maar ook voor het Fries Landbouwmuseum. Het is de rol van het museum deze betekenis te onderzoeken, te bespreken, aan iedereen te tonen en te laten ervaren.

Het Fries Landbouwmuseum heeft als doel de betekenis, invloed en verantwoordelijkheid van landbouw te duiden en aan iedereen over te brengen. *Missie Fries Landbouwmuseum*

Een nieuw museum, een nieuw verhaal

Ons nieuwe verhaal richt zich op de betekenis van landbouw en wordt gezien vanuit drie invalshoeken: een algemeen, een Nederlands en een Fries perspectief.

Algemeen perspectief

Landbouw (algemeen) is de basis van onze voedselvoorziening en levert essentiële grondstoffen. Ze omvat gewasverbouw, veeteelt en technologische innovatie. Vrijwel al ons voedsel komt hieruit voort. Landbouw beïnvloedt gezondheid, economie en natuur. Dat vraagt om verantwoordelijkheid: hoe verenigen we voedselproductie met zorg voor milieu, klimaat en dierenwelzijn? Landbouw raakt ons allemaal. Onderwerpen: innovatie, maatschappij, voedsel, geopolitieke balans.

Nederlands perspectief

Nederland speelt wereldwijd een toonaangevende rol in landbouw en agro-innovatie. Dankzij strategische ligging, handelsgeest en efficiënte veredeling is ons kleine land de op één na grootste landbouwexporteur. Hoogwaardige producten en kennis worden internationaal gewaardeerd. Met een totale exportwaarde van landbouwproducten van circa 130 miljard euro (2024) draagt Nederland substantieel bij aan de wereldwijde voedselzekerheid. Onderwerpen: geschiedenis, ontwikkeling, sociaaleconomische thema's.

Fries perspectief

Fryslân is dé landbouwprovincie van Nederland, zowel in cijfers als in sociaal-cultureel opzicht. Landbouw is een wezenlijk onderdeel van de Friese geschiedenis, en omgekeerd speelde Fryslân een belangrijke rol in de ontwikkeling van de landbouw. Dankzij vruchtbare kleigronden en uitgestrekte weiden kent Fryslân een lange agrarische traditie. Al rond 500 v.Chr. werd begonnen met akkerbouw, veeteelt en zuivelproductie. In de middeleeuwen groeide de regio uit tot een agrarisch centrum met graanteelt op kleigronden en melkvee op natte weiden. Vanaf de 19e eeuw veranderden innovaties en schaalvergroting de landbouw ingrijpend. Mechanisatie leidde tot verlies van werkgelegenheid en een trek naar de stad. De boer bleef achter op het platteland, vaak geïsoleerd, terwijl de kloof tussen boer en burger toenam door de industriële revolutie. Onderwerpen: geschiedenis, ontwikkeling, sociaal-culturele thema's.





Tegenwoordig herbergt Fryslân toonaangevende instituten en bedrijven. Zij dragen bij aan technologische vooruitgang en kennisdeling in de landbouw. Landbouw is nog altijd een kernonderdeel van de Friese cultuur en identiteit. De Friese taal, tradities en het begrip Mienskip weerspiegelen de sterke band met het boerenleven en het platteland. In Fryslân staat brede welvaart centraal, met aandacht voor welzijn, gezondheid, natuur en gemeenschap. Landbouw vormt hierin een verbindende kracht en het fundament van de Mienskip. Voor Fryslân betekent brede welvaart meer dan economische groei: het draait om sociale samenhang, cultuur en een gezonde balans tussen economie, leefomgeving en gemeenschapszin. Deze verwevenheid van landbouw met de Friese cultuur en samenleving is diepgeworteld en staat centraal in het Fries Landbouwmuseum.

Drie perspectieven

Deze drie perspectieven zijn leidend voor de expositiethema's. Akkerbouw, Zuivel en Veeteelt geven een breed overzicht van zowel de Friese als de Nederlandse landbouw. In de expositie De Wereld van het Friese Paard staat dit bijzondere dier centraal.

Landbouw, maatschappij en actualiteit

Ook het in dit verband relevante nieuwe wisselexpositiethema Landbouw, Maatschappij & Actualiteit is duidelijk in zijn ambities: het biedt een dynamisch en actueel perspectief op de wisselwerking tussen landbouw en hedendaagse maatschappelijke vraagstukken. Centraal staat de kritische reflectie op maatschappelijke thema's zoals voedseltechnologie, landbouwtransitie, duurzaamheid, klimaat, stikstof en dierenwelzijn.

Dit thema is een vast onderdeel van het aanbod en omvat een programma met jaarlijks een grote wisselexpositie, aangevuld met kleinere tentoonstellingen, lezingen, debatten en samenwerkingsprojecten. De speciaal ingerichte wisselexpositieruimte biedt ruimte voor tentoonstellingen, publicaties en evenementen die actieve betrokkenheid stimuleren.

Het Fries Landbouwmuseum slaat een brug tussen de geschiedenis van de landbouw en de hedendaagse uitdagingen, en verdiept het begrip van de rol van landbouw in ons dagelijks leven. Door akkerbouw en veeteelt in een actuele en maatschappelijke context te plaatsen, blijft het museum prikkelend, verbindend en relevant in een voortdurend veranderende wereld. Vanuit een neutrale positie fungeert het Fries Landbouwmuseum als platform voor uiteenlopende perspectieven. Het themaprogramma Landbouw, Maatschappij en Actualiteit, gericht op zowel het algemene publiek als stakeholders binnen en buiten de landbouw- en voedselsector, deelt kennis en brengt belanghebbenden samen. Door discussie over actuele ontwikkelingen in de agrarische sector te faciliteren, draagt het museum bij aan een constructieve en gezonde landbouwdialoog.



5. PROGRAMMA, ACTIVITEITEN, EDUCATIE

In de programmering bieden we context bij grote voedselvraagstukken en reiken we handvatten aan om op kleine schaal positieve verandering teweeg te brengen. De centrale uitdaging is het onderwerp persoonlijk en toegankelijk te maken. Daarom benaderen we het vanuit een herkenbaar vertrekpunt: **de consument**. Iedereen heeft immers dagelijks met voedsel te maken. Vragen als “Ben je je bewust waar jouw eten vandaan komt?”, “Hoe gaan we met voedsel om?” en “Welke impact hebben de keuzes die wij als consument maken?” vormen het uitgangspunt van een activerende programmalijn, waarbinnen ‘aandacht’, ‘bewustwording’, ‘herwaardering van voedsel’ en ‘impact maken op kleine schaal’ centraal staan.

Het **programma** zal worden samengesteld in nauwe samenwerking met de projectpartners en andere betrokkenen en bevat onder meer:

- Een startevenement bij aanvang van de expositie in oktober 2026.
- Een reeks bijeenkomsten, gericht op alle partijen die direct of indirect betrokken zijn bij de voedselsector.
- Allerhande activiteiten rondom voedsel.
- Een serie lezingen en debatten.
- Voorlichtingsprojecten in samenwerking met o.a. overheden, instituten en scholingsinstellingen.
- Excursie / thema-avond van agrarische groepen (bijvoorbeeld LTO-afdelingen, NISCOÖ, NAJK, studiegroepen, etc.), het is van belang zo veel mogelijk boeren bereiken.

- Activiteiten op opvallende locaties in de binnenstad van Leeuwarden gedurende de herfst van 2026 en het voorjaar en de zomer van 2027.
- Een drietal themadagen over culinaire geschiedenis in relatie tot landbouw: *18e, 19e en 20e eeuw*.
- Food workshop-arrangementen met onze partner Mama Mascha.
- Tijdens de ontwikkeling kan het programma wijzigen, maar zal het in ieder geval nog groeien.

Educatie

Er is door het Scheepvaartmuseum een voedsel-educatieprogramma ontwikkeld, gericht op verschillende soorten onderwijs. Als vertrekpunt voor een verdiepend programma is speciaal voor leerlingen van het voortgezet onderwijs de *Food for Thought* documentaireserie van VPRO bewerkt tot zes korte afleveringen van **School TV**. Bij deze serie ontwikkelen wij lesmateriaal dat voorafgaand aan het museumbezoek in de klas kan worden ingezet. Dit materiaal bevat interactieve opdrachten die leerlingen stimuleren tot nadenken over de herkomst van hun eten, de keuzes die ze dagelijks maken, en de gevolgen daarvan voor mens, dier en planeet. Het educatieprogramma vergroot niet alleen de kennis en betrokkenheid van leerlingen, maar zorgt er ook voor dat het museumbezoek betekenisvoller wordt. Aansluitend zijn er bijvoorbeeld groepsdiscussies, creatieve presentaties of schrijfopdrachten mogelijk.

6. PARTNERSHIPS EN SAMENWERKINGEN

Voor de tentoonstelling wordt inhoudelijk samengewerkt met partijen uit de agrarische en voedselsector. De werving richt zich in eerste instantie op partijen uit Friesland.

Partnerships

- Producenten en verwerkers e.d.
 - Individuele agrarische ondernemers
 - Internationaal georiënteerde (van oorsprong) Friese bedrijven of vestigingen.
- Distributeurs e.d.
 - Winkels, supermarkten en ketens, lokaal, regionaal, landelijk en internationaal
- Horeca
 - Restaurants en ketens, lokaal, regionaal, landelijk en internationaal
- Consumenten (voorbeelden)
 - Individuele initiatieven, consumentenorganisaties, televisieprogramma's

Samenwerkingen

- Overheden en politiek
 - Gemeente Leeuwarden
 - Provinsje Fryslân (mog.)
 - Provincie Groningen (mog.)
 - Provincie Drenthe (mog.)
- Onderzoek en onderwijs
 - Van Hall-Larenstein
 - NHL Stenden (mog.)
 - Dairy Campus (WUR) (mog.)
 - Rijksuniversiteit Groningen RuG (mog.)
- Belangengroepen, NGO's etc. (voorbeelden)
 - AgroAgenda Noord-Nederland
 - Voedselagenda (mog.)
 - ZuivelNL (mog.)
 - Keuringsdienst van Waarde (mog.)
 - Urgenda (mog.)
- Dagbladen
- Vakbladen
- Uitgeverijen
- Debatcentra
- Banken
 - Rabobank (jubileum- en voedselpositie)

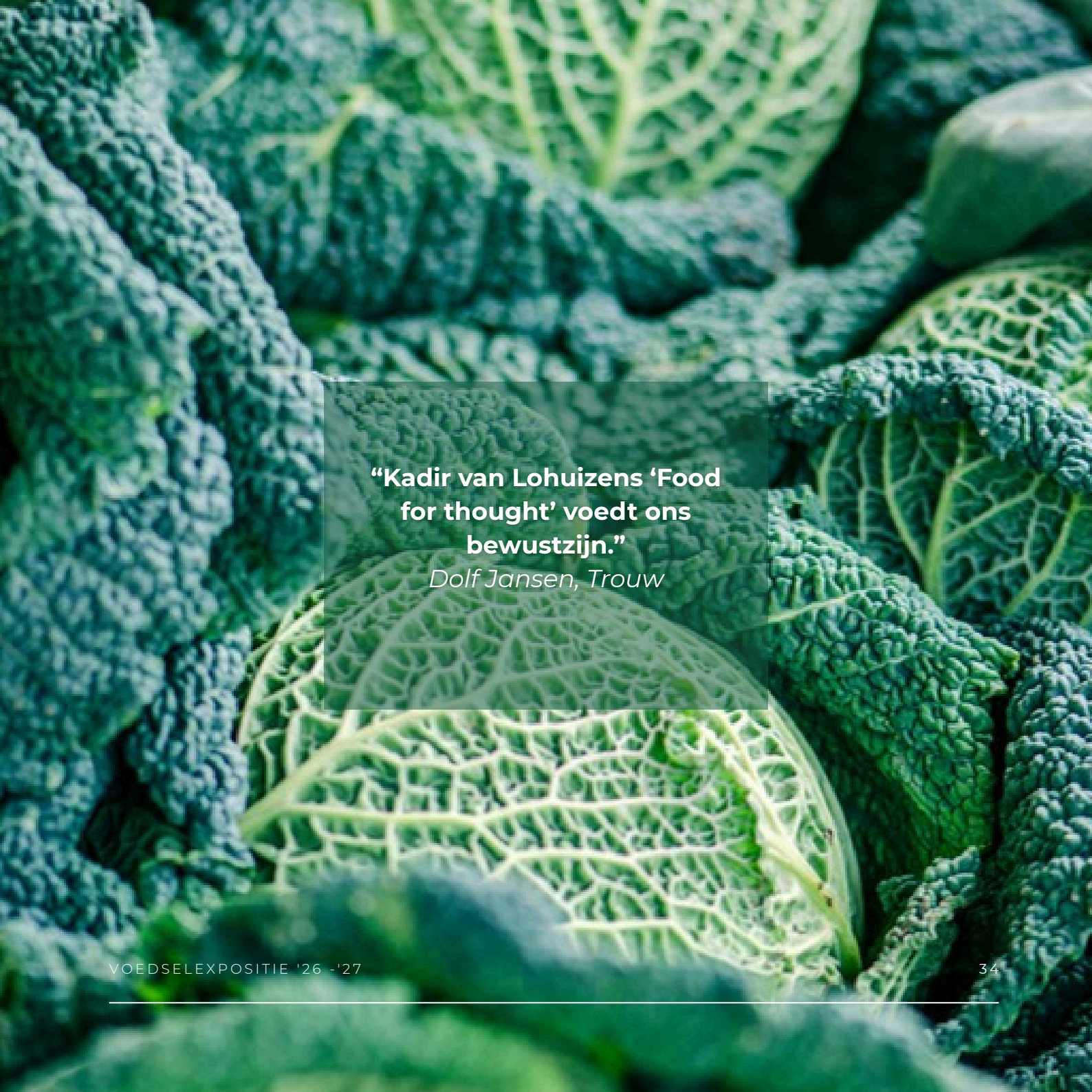
7. MARKETING

Er wordt een marketingcampagne gelanceerd, gericht op de verschillende onderdelen van het programma, zoals beschreven in hoofdstuk 5 (Programma, Activiteiten, Educatie)

- Mediacampagne
- Advertenties in dagbladen en vakbladen
- Items op radio en televisie
- Aanhaken op actualiteiten en politieke discussies
- Social media campagne
- Een permanent deel voor de expositie op de nieuwe museumwebsite.

Er zal samengewerkt worden met de communicatie- en marketingafdelingen van de projectpartners en andere betrokken partijen. Tevens wordt aansluiting gezocht bij belangrijke gemeentelijke en provinciale bureaus partijen (Visit Leeuwarden, Merk Fryslân e.d.). Zie hiervoor hoofdstuk 6 (Partnerships en samenwerkingen).

De campagne richt zich, voor zover mogelijk, ook op de bezoekers van de succesvolle tentoonstelling in het Scheepvaartmuseum in Amsterdam in 2023-2025. Daarbij presenteren wij de voedsel-expositie als een logisch vervolg op *Food for Thought*. Zie hiervoor hoofdstuk 23 (Evaluatie Scheepvaartmuseum 2023-2025).



**“Kadir van Lohuizens ‘Food
for thought’ voedt ons
bewustzijn.”**

Dolf Jansen, Trouw

8. ORGANISATIE

Kernteam

Het kernteam vormt het organisatorische hart van de expositie.

Het kernteam:

- Ontwikkelt het totaalconcept en bewaakt de inhoudelijke lijn.
- Stuurt de interne processen aan, waaronder projectorganisatie, dagelijkse coördinatie, werkverdeling en kwaliteitsbewaking.
- Verzorgt de afstemming tussen inhoud, educatie, marketing, publieksprogramma en fondsenwerving.
- Vormt het eerste aanspreekpunt en onderhoudt alle relaties gedurende het project.
- Maakt strategische keuzes in programmering, ontwerp en uitvoering, en zorgt dat planning, budgetten en deadlines realistisch, zorgvuldig en transparant worden bewaakt.
- Initieert en structureert de samenwerking met de denktank en de projectpartners, zodat inhoudelijke ambitie en organisatorische haalbaarheid hand in hand blijven gaan.
- Borgt dat het museum zijn strikt neutrale positie behoudt en dat alle bijdragen passen binnen de missie, visie van het Fries Landbouwmuseum.

Het kernteam bestaat o.a. uit:

- Annemiek Homan, Gerrie Visser en Nynke Dijkstra en Peter Wester.
- Aangevuld met medewerkers uit de organisatie die op basis van expertise en behoefte bij specifieke onderdelen worden betrokken.

Denktank (zie ook 3.1)

- De denktank gaat actief in gesprek met de landbouw- en voedselsector en daagt deze uit om daadwerkelijk te participeren.
- Stelt duidelijke selectiecriteria op en speelt een beslissende rol in de keuze van partners, sponsors en andere betrokkenen.
- Draagt inhoudelijke verantwoordelijkheid voor het programma en formuleert de centrale vraagstellingen voor zowel *Food for Thought* als *Second Thought*.
- Levert bijdragen in de vorm van publicaties, lezingen en andere activiteiten en zoekt steeds naar concrete manieren om bezoekers te raken en de dialoog daadwerkelijk op gang te brengen.
- De denktank bestaat uit het kernteam, aangevuld met een aantal externe leden, waaronder, naast Kadir van Lohuizen, betrokken journalisten, schrijvers en wetenschappers en ondernemers uit de voedselsector.

Expositiemaker

- Aanpassen ontwerp en realisatie *Food for Thought* voor het Fries Landbouwmuseum
- Concipiëren en vormgeven mini-exposities *Second Thought*

9. PLANNING

Fase 0; Projectontwikkeling

Periode: 2025 t/m 1 juli 2026

Doelen en activiteiten:

- Inhoudelijke verkenning, conceptvorming en eerste partnerverkenningen.
- Voorbereiding denktank en programmalijn; eerste fondsen-/subsidieoriëntatie.
- Technische en ruimtelijke verkenning van de nieuwe wisselexpositieruimte.

Fase 1; Realisatie en productie

Periode: 2 juli 2026 t/m 30 september 2026

Doelen en activiteiten:

- Definitief projectplan, ruimtelijke opzet en detailplanning vaststellen.
- Ontwerp- en productieproces voor de aangepaste versie van *Food for Thought* en de mini-exposities van *Second Thought*.
- Contractering makers/leveranciers; productie (interactieve) presentatiemiddelen; opbouwvoorbereiding.
- Uitvoering marketingplan en pre-launch communicatiemomenten; afstemming met partners.

Fase 2; Publieksperiode tentoonstelling en programma

Periode: 1 oktober 2026 t/m 1 juli 2027

Doelen en activiteiten:

- Tentoonstelling geopend voor publiek (wisselexpositieruimte + mini-exposities door het museum).
- Doorlopende publieksprogrammering (lezingen, debatten, themadagen) en educatieprogramma.
- Monitoring bezoekers, programma-deelname en publieksfeedback; tussentijdse bijsturing waar nodig.

Fase 3; Afbouw, evaluatie

Periode: juli 2027

Doelen en activiteiten:

- Afbouw tentoonstelling en retourlogistiek.
- Evaluatieverslag (inhoudelijk en kwantitatief)

10. RISICOANALYSE

De tentoonstelling *Voedselexpositie '26/'27* combineert maatschappelijke urgentie met museale ambitie. Tegelijkertijd brengt deze opzet een aantal wezenlijke risico's met zich mee die op voorhand moeten worden onderkend en gemitigeerd.

Inhoudelijke risico's:

De tentoonstelling *Food for Thought* stelt kritische vragen bij het mondiale voedselsysteem en legt nadruk op de ecologische, sociale en economische impact van productie, transport en consumptie. Deze kritische benadering kan schuren met belangen en opvattingen van bestaande relaties, sponsors en delen van de agrarische sector. Hoewel de paralleltentoonstelling *Second Thought* nadrukkelijk ruimte biedt voor sectorale weerwoord, bestaat het risico dat belanghebbenden zich toch onvoldoende gerepresenteerd of zelfs aangevallen voelen. Dit vraagt om zorgvuldige communicatie, actieve betrokkenheid van partners en transparantie in de keuze van exposanten.

Financiële risico's:

Het project is afhankelijk van vroege toezeggingen voor subsidie, met name voor de overname en aanpassing van *Food for Thought* van het Scheepvaartmuseum. Het uitblijven van tijdige financiering vormt een direct risico voor de voortgang en kan de haalbaarheid van het beoogde startmoment in oktober 2026 in gevaar brengen.

Het Fries Landbouwmuseum beschikt over een beperkt eigen budget en is grotendeels afhankelijk van externe financiering. Het vroegtijdig veiligstellen van bijdragen van gemeente en provincie is cruciaal voor vervolgstappen richting fondsen en sponsors.

Publieks- en imago risico's:

Een te complexe of confronterende boodschap kan bezoekersgroepen afschrikken. Tegelijkertijd kan een te vrijblijvende toon de maatschappelijke urgentie ondergraven. De balans tussen kritische reflectie en inspirerende oplossingen is essentieel. Evenwichtige publieksbegeleiding, educatie en communicatie zijn daarom cruciale instrumenten. Succesvolle uitvoering vereist scherpe inhoudelijke regie, tijdige financiering, strategische publieksbenadering en voortdurende dialoog met stakeholders. Zo blijft het museum een neutraal, verbindend platform.

Borging neutraliteit

Borging van neutraliteit is een belangrijk uitgangspunt. De regie ligt daarom bij het museum zelf, in samenwerking met de denktank. Deze formuleert de centrale vragen en invalshoeken van de tentoonstelling. Ook bij publieksactiviteiten staat zorgvuldigheid voorop: gesprekken, debatten en bijeenkomsten worden gemodereerd en vinden plaats volgens duidelijke huisregels die ruimte bieden aan verschillende perspectieven. Tegelijkertijd sluit de tentoonstelling nadrukkelijk aan bij actuele ontwikkelingen en het publieke debat over voedsel, zonder daarbij partijpolitieke standpunten in te nemen of activistische campagnevoering te voeren.

11. GOVERNANCE CODE CULTUUR

A) Toepassing van de principes

Het museum hanteert de principes van goed bestuur uit de Governance Code Cultuur als integraal onderdeel van zijn organisatiecultuur. We werken vanuit de kernprincipes van integriteit, effectiviteit, transparantie en verantwoording.

- Bestuur en toezicht zijn rolvast: Bestuurders nemen besluiten binnen de grenzen van hun mandaat en leggen daarover verantwoording af aan de raad van toezicht.

- Culturele doelstellingen staan centraal: Besluitvorming is altijd gericht op de culturele missie en het publiek belang.

- Leren en verbeteren: Er is een structurele cyclus van evaluatie en verbetering, waarin toezicht, bestuur en uitvoering met elkaar reflecteren op doelbereik en samenwerking.

B) Opvolging van de aanbevelingen

De aanbevelingen uit de Governance Code worden als volgt opgevolgd:

- Transparantie: Jaarverslagen, beleidsplannen en evaluaties zijn openbaar toegankelijk.

- Integriteitsbeleid: Er is een integriteitscode opgesteld, en alle bestuurs- en toezichtsleden ondertekenen een gedragscode.

- Evaluatie: Zowel het bestuur als de raad van toezicht worden periodiek geëvalueerd op functioneren en rolopvatting, bij voorkeur met externe begeleiding.

- Diversiteit in bestuur en toezicht: Er wordt actief gestreefd naar een diverse samenstelling van bestuur en raad van toezicht qua expertise, leeftijd, gender en culturele achtergrond.

C) Scheiding tussen toezicht, bestuur en uitvoering

De scheiding van rollen is formeel en functioneel gewaarborgd:

- Raad van Toezicht: Houdt onafhankelijk toezicht op het beleid van het bestuur en op de algemene gang van zaken binnen het museum.

- Bestuur (directie): Heeft de dagelijkse leiding, ontwikkelt beleid en legt verantwoording af aan de raad van toezicht.

- Uitvoering (projectteam voedseltentoonstelling): Voert het tentoonstellingsprogramma uit op basis van het vastgestelde beleidsplan en onder aansturing van de directie.

- Er zijn duidelijke mandaten en besluitvormingsprocedures vastgelegd in statuten en bestuursreglementen.

12. FAIR PRACTICE CODE EN DIVERSITEIT EN INCLUSIE

Fair Practice

Wij hanteren de Fair Practice Code als leidraad voor eerlijk en transparant opdrachtgeverschap. We zorgen voor passende honoraria, duidelijke contracten en professionele omgang met alle betrokken makers, denkers, vormgevers en medewerkers. Met externe partners – zoals vormgevers, kunstenaars en sprekers – maken we vooraf heldere afspraken over vergoedingen, werkafspraken en auteursrechten. Zo streven we naar duurzame en respectvolle samenwerkingen die passen bij de voorbeeldrol die het museum in de sector wil vervullen.

Diversiteit & Inclusie

De expositie vertrekt vanuit mondiale vraagstukken die iedereen raken. Het museum richt zich daarom op een breed en inclusief publiek en houdt in inhoud en vormgeving rekening met culturele diversiteit. Sprekers en deelnemers komen uit verschillende disciplines, regio's, achtergronden en generaties. Ook in de denktank en het programma worden bewust uiteenlopende perspectieven betrokken. Zo draagt het museum bij aan een open, inclusieve en toekomstgerichte culturele praktijk.

Toegankelijkheid (publiek)

De vaste route en de verspreide mini-exposities zijn fysiek goed toegankelijk en gericht op een breed publiek, waaronder jongeren en gezinnen met uiteenlopende sociaaleconomische achtergronden. Heldere routevoering en zitplekken zorgen voor een toegankelijke en comfortabele bezoekervaring.

Toegankelijkheid (educatie)

Ook binnen het educatieprogramma werken we aan een grote toegankelijkheid. Voor leerlingen in het voortgezet onderwijs wordt gewerkt met vooraf inzetbaar lesmateriaal en opdrachten tijdens het bezoek, zodat jongeren met verschillende leerstijlen en voorkennis kunnen deelnemen.

Duurzaamheid (uitvoering)

In productie en opbouw kiezen we waar mogelijk voor hergebruik van presentatiemateriaal en modulaire systemen, beperken we transportbewegingen door gebundelde logistiek en zetten we energiezuinige audiovisuele inzet in.

Monitoring en evaluatie

Gedurende de looptijd registreren we bezoekersaantallen, deelname aan publieksprogramma en educatie, en verzamelen we kwalitatieve publieksreacties (bijv. korte vragenlijsten en gesprekken). Deze gegevens worden benut voor tussentijdse bijsturing en vormen de basis voor het evaluatieverslag dat na afloop wordt aangeleverd bij de financiële verantwoording.

13. EVALUATIE SCHEEPVAARTMUSEUM 2023-2025

De expositie *Food for Thought* liep van 3 november 2023 t/m 9 juni 2024 en is daarna verlengd tot 5-1-2025. Het oorspronkelijke doel van 125000 bezoekers is met een resultaat van 149895 (t/m november 2024) beslist gehaald. De geschatte publiciteitswaarde van €500.000 is met een totaal van €3,5 miljoen zelfs ruimschoots overtroffen.

Doel: 6 miljoen potentiële bezoekers bereiken via onlinecampagne

Resultaat: de onlinecampagne heeft in totaal bijna 39 miljoen potentiële bezoekers bereikt. 366.000 via online advertenties en de website van Het Scheepvaartmuseum en de andere 38,5 miljoen via websites van kranten en tijdschriften.

Doel: Versterken museumprofiel

Resultaat: De tentoonstelling slaagde erin om de thematiek van duurzaamheid en wereldhandel te koppelen aan Het Scheepvaartmuseum. *Food for Thought* heeft de ambitie van het museum om actueel en maatschappelijk betrokken te zijn versterkt. Met deze tentoonstelling behandelde het museum actuele thema's zoals de impact van de voedselindustrie, globalisering, en klimaatverandering op een manier die het museum presenteert als een plek die reflecteert op de toekomst, niet alleen het verleden.

Doel: Aanspreken nieuwe doelgroep

Resultaat: De tentoonstelling is erin geslaagd de doelgroep "pioniers" aan te trekken.

Volgens onderzoek van Motivaction bleek dat deze groep inderdaad naar het museum werd getrokken, en de tentoonstelling was onder de pioniers de op één na populairste tentoonstelling om te bezoeken, na Het verhaal van de Walvis.

Doel: Aanspreken bredere doelgroep

Resultaat: De tentoonstelling sprak een brede doelgroep aan. De mix van maritiem erfgoed en actuele thema's maakte de presentatie ook relevant voor wie niet primair in maritieme geschiedenis geïnteresseerd is. Onderzoek van Motivaction toont aan dat veel doelgroepen belangstelling hadden en de tentoonstelling bezochten; alleen de plezierbelevers bleven iets achter. Pioniers, fijnproevers en verdiepers vonden *Food for Thought* vaak het leukste onderdeel van hun museumbezoek.

Doel: Bewustzijn creëren en handvatten bieden

Resultaat: De tentoonstelling spoorde bezoekers aan na te denken over de voedselindustrie, de gevolgen van hun keuzes en bredere systeemvragen. De reacties varieerden – van bewondering tot onzekerheid over de impact van persoonlijke acties. Dit toont aan dat de tentoonstelling erin slaagde bezoekers uit te dagen en te prikkelen, zonder belerend te zijn. De educatieve programmering, zoals de Food Nights, bood concrete handvatten voor duurzamere voedselkeuzes.

14. CONCEPT-BEGROTING

Op aanvraag



15. VOORWAARDEN EN TARIEVEN PARTICIPATIE

Op aanvraag



CONTACT

Fries Landbouwmuseum

Felling 6
8912 CG Leeuwarden
0511-539420
info@frieslandbouwmuseum.nl
www.frieslandbouwmuseum.nl

BTW nummer: NL0089.16.913.B01
KvK: 41001976
RSIN: 008916913
ANBI status

Contactpersoon exposities:

Peter Wester, directeur
pwester@frieslandbouwmuseum.nl

An aerial photograph of a green field, possibly a golf course or agricultural land, with a white fence line running vertically through the center. The text is overlaid in white on the darker green background.

VOEDSEL
EXPOSITIE
'26 - '27

FOOD FOR THOUGHT

SECOND THOUGHT

VOEDSEL EXPOSITIE '26 - '27

FRIES LANDBOUW
MUSEUM
NATIONAAL VEETEELT



100
JAAR