

HET BEHOUDEN BLIK

VooruitBlik

2021 – 2024

Met aandacht vergaard, een kijkje waard!

-
- **Een blik in de toekomst**
-
- **Met een blik op het verleden**
-
- **Geeft een heldere blik op het heden**
-

R. Eisinga

Inleiding

Deze vierde Vooruitblik van de Stichting Het Behouden Blik is in de eerste plaats een richting geveer voor de organisatie zelf, maar stimuleert en bevordert ook de voortgang van een dynamisch proces. Ook in de periode 2021-2024 stelt de organisatie zichzelf onverminderd tot taak Het Behouden Blik en haar verzameling te professionaliseren op het gebied van:

- beheer en behoud
- verzamelen en afstoten
- presentatie in de vorm van tentoonstellingen en projecten
- (wetenschappelijk) onderzoek en kennisdeling

Het Behouden Blik werkt aan wensen, ideeën, communicatie, en de samenwerking met nieuwe partners. Dit alles vanuit de overtuiging dat cultureel erfgoed van ons allemaal is en dat musea het collectieve geheugen vormen. *‘Soms is terugblikken de beste manier om vooruit te kijken’*. Publieksparticipatie is hierbij een belangrijk onderdeel. Wij zijn in alles wat we doen voor een groot deel afhankelijk van de verhalen die de bezoeker met ons wil delen. Het verleden is onze eigen geschiedenis. Het Behouden Blik profileert zich als kenniscentrum voor het Nederlands Decoratief Verpakkingsblik uit de periode 1880-1980.

TerugBlik

Periode 2017-2020

Collectie

De collectie is gegroeid naar ruim 4.500 items. Verdieping is bereikt door de aanschaf of verwerving van enkele bijzondere items, zoals het Van Melle Olympische Spelen blik, het Droste verpleegstersblik met kruisje maar zonder Droste effect, de Verkade ontbijtkoek reclamelamp of de Zwitsal verzorgingset in originele verpakking. Daarnaast noteerden we belangrijke aanwinsten voor de deelcollectie Groninger en Friese koffiebranderijen. De collectie ontwikkelt zich als toonaangevende verzameling waarbij de sociaaleconomische geschiedenis van Nederland centraal staat. Het project Collectie Digitalisering (2013) is hierbij een belangrijke ontwikkeling geweest. Het presenteren van meer dan 500 objecten online, via onze website levert een belangrijke bijdrage aan de zichtbaarheid van het museum. Daarnaast wordt er met regelmaat en onder bronvermelding naar informatie en objecten uit onze collectie gerefereerd.

Bezoekers

Het bezoekersaantal varieert onder normale omstandigheden van 1.000 tot maximaal 1.500 per jaar. De website wordt goed gevonden en bezocht (40.500 page views in 2020) en ook via de sociale media heeft het museum op de eigen facebook pagina inmiddels ruim 600 volgers.

Erfgoededucatie

Het programma *Een Blik in de Winkel van Sinkel* laat basisschoolleerlingen van groep drie/vier kennis maken met de wereld van de kruidenier, afgezet tegen die van de moderne supermarkt. De scholen betalen hiervoor een prijs van EUR 4 per leerling. Het gemiddelde aantal leerlingen dat aan dit programma deelneemt loopt gestaag terug als gevolg van de risico's die verbonden zijn aan een buitenschoolse activiteit. Het programma wordt sinds 2011 succesvol aangeboden en ziet een verschuiving optreden van bezoek aan het museum naar een gastles op locatie. Omstandigheden veranderen en het is goed om de komende periode te investeren in het opzetten van een nieuw erfgoededucatie programma.

De workshop *Blik op Blauw/Rood/Oranje* voor leerlingen van de middelbare school kreeg in de afgelopen periode ook aandacht. Wij zijn vast onderdeel van de Cultuurweek op het Lauwerscollege in Buitenpost en nemen daar leerlingen in de leeftijd 12-16 jaar mee in de wereld van de cacao boon en de chocoladeproeverij. Een succesvolle formule die elke keer weer zijn vruchten afwerpt.

Blik op de Weg

In de periode 2017-2020 verzorgden wij meer dan 60 lezingen op locatie. Nog altijd veelgevraagd is de lezing *Een College Bliklezen en een Examen Reclame*. *Een Blik op de jaren '50 in 50 Blikken* staat op plaats twee van veel gevraagde lezingen en heeft hiermee in de afgelopen periode terrein gewonnen. *De Blik van Herkenning* houden wij regelmatig in buurthuis kamers en verzorgingscentra en ook de lezing *Wat een meisje weten moet!* wordt zeer gewaardeerd.

De nieuwste lezing *Koffie vers(ch) gebrand!* is in 2018 samengesteld vanuit het verhaal van de gelijknamige expositie in het Noordelijk Scheepvaartmuseum in Groningen. De eerste 'try-out' hielden we in het Streekhistorisch Centrum Stadskanaal en in november 2019 waren we te gast bij de historische vereniging in Middelstum. In 2020 stuurden we de flyer rond naar ca. 25 historische verenigingen binnen en buiten de provincie. We hopen deze lezing in de komende jaren vaker te verkopen. Voor alle lezingen geldt dat de sociaaleconomische geschiedenis in een samenhangend en interactief verhaal gepresenteerd wordt.

Presentatie

Ook in de periode 2017-2020 heeft het museum aan meerdere buitenactiviteiten deelgenomen:

- Vrijmarkt op Koningsdag, Loppersum
- Dingen050 markt, Groningen
- Verzamelaarsjaarbeurs, Utrecht, i.s.m. Henk Bruinsma en Jeroen Hoving in 2017 en 2018
- Suikermarkt, Groningen
- Zeldzaam Mooi markt, Groningen
- Dag van de Groninger Geschiedenis, Groninger Archieven
- Festival De Zoete Verleiding, Sleen
- Bij Peet, Roden

Wij zijn niet langer deelnemer aan de Oktobermaand Kindermaand. Deze activiteit is op zich een succesvol concept, maar in tegenstelling tot de beginjaren zijn er geen andere instellingen meer om ons heen die hieraan deelnemen en alleen voor ons komen de bezoekers niet 'helemaal naar boven'. In 2019 deden wij nog wel weer mee aan de

landelijke Maand van de Geschiedenis, maar op onze koffie lezingen in het museum en in de Stadskoffiebranderij is geen enkele reservering ontvangen. Ook hier is er onvoldoende activiteit om ons heen om de bezoeker te verleiden deel te nemen aan ons programma.

Thematische tentoonstelling

In april 2017 verscheen de derde druk, met opnieuw 250 exemplaren, van *Het Behouden Blik in 40 Seizoenen*. Deel twee in deze serie getiteld *Het Behouden Blik in 25 nieuwe Seizoenen* presenteerden wij in november 2017. Ook dit keer in een oplage van 250 exemplaren. De feestelijke presentatie vond plaats in de Stadskoffiebranderij en werd goed bezocht.

Het grootste deel van het jaar 2017 hebben wij besteed aan het opzetten, inrichten en begeleiden van de tentoonstelling *Koffie vers(ch) gebrand!* in het Noordelijk Scheepvaartmuseum in de stad Groningen. De opening vond plaats op vrijdag 7 juli. De ontvangstruimte was te klein voor de ca 100 aanwezigen. De reacties op de tentoonstelling waren enthousiast. Een groot deel van de objecten was nooit eerder voor publiek toegankelijk wat maakte dat de tentoonstelling bijzonder interessant was voor (blik)verzamelaars. De familie Jager was met 14 personen aanwezig en verrichtte de openingshandeling door de sleutel van de voormalige koffiebranderij in de vitrine te plaatsen. Tot en met 10 november waren wij elke vrijdag zelf in de tentoonstelling aanwezig om de bezoekers mee te nemen in het verhaal en natuurlijk ook aanvullend verhaal op te halen. Uiteindelijk bezochten ruim 8.000 mensen het museum speciaal voor onze expositie. Tijdens de museumnacht presenteerden Rozemarijn, Jeroen, Sandro en Carin het verhaal over de koffie en ons eigen museum aan maar liefst 1.275 personen. De inbreng-dag voorafgaand aan de expositie, de koffieproeverij van Sandro en zelfs de Stadjsnight, waar de voormalige directeur van de koffiebranderij Insulinde zijn verhaal vertelde, waren stuk voor stuk geslaagde onderdelen van het expositieprogramma. Nog regelmatig delen we ook nu nog de bijbehorende flyer uit met daarin de plattegrond waarop 14 koffiebranderijen in de stad Groningen vermeld staan. Museum Het Behouden Blik werd zowel door de bezoekers aan de tentoonstelling als door de leiding en medewerkers van het Noordelijk Scheepvaartmuseum geprezen om haar vermogen tot samenwerken en haar vakinhoudelijke kennis.

Het gelijknamige boek bij de tentoonstelling, het resultaat van ruim negen jaar onderzoek, werd in een oplage van 1.000 exemplaren gedrukt en hopen we ook gedurende de komende jaren nog te kunnen blijven aanbieden/verkoopen.

Zichtbaarheid

Het Behouden Blik is lid van de Stichting Erfgoedpartners Groningen en van Marketing Groningen. Het museum wordt vermeld in de Museumgids voor Noord Nederland en Noord Duitsland en in de maandelijkse editie van de uitagenda *Da's ja Goud* die provincie breed wordt verspreid. Ook adverteren we in de gids van de Internationale Dollard Route die met 25.000 exemplaren een enorme verspreiding geniet. Incidentele advertenties worden steeds op het verwachte rendement beoordeeld. Zo deden we in 2019 mee aan het project van Museum TV waarbij tegen gereduceerd tarief een minidocumentaire, een trailer en een tweetal social media bites werden gefilmd en gemonteerd. Een mooie gelegenheid om op een nieuw platform ons verhaal voor het voetlicht te brengen, waar we dankbaar gebruik van maakten. De documentaire werd volgens de statistieken van Museum TV in 2019 in een

periode van zes maanden (juli-december) ruim 186.000 keer bekeken. In september 2020 plaatsten we het filmpje nogmaals op onze eigen social media accounts. Dit leverde een kleine 3.000 weergaven op.

Financiën

De Stichting opereert geheel zelfstandig en vraagt alleen voor bijzondere projecten financiële ondersteuning van sponsors. De medewerkers zijn allen vrijwillig aan het museum verbonden, evenals de bestuursleden van de Stichting. Bij gerichte inzet op een specifiek project over een langere periode bestaat de mogelijkheid tot het uitkeren van een vrijwilligersvergoeding aan de betrokken vrijwilliger. Voor het geven van de lezingen bestaat een onkostenvergoedingsregeling. De Stichting Het Behouden Blik is niet belastingplichtig. Alle uitgaven kunnen alleen plaatsvinden als deze door inkomsten worden gedekt.

VooruitBlik

Lange termijn

Onze visie voor de langere termijn, onze stip op de horizon, schuilt in de vraag waar we over 15 jaar willen staan met het museum. Binnen de huidige groep vrijwilligers en bestuursleden wordt hier regelmatig over van gedachten gewisseld en stellen we ons ten doel deze gedachten in de Vooruitblik 2025-2028 concreet te omschrijven. Vooralnog is de wens dat we over 15 jaar een plek, liefst in samenwerking met andere partijen en buiten de huidige ruimte, hebben kunnen realiseren waar het verhaal van onze sociaaleconomische geschiedenis permanent en in verschillende verschijningsvormen gepresenteerd kan worden. Interessant op dit vlak is de ontwikkeling van het nieuwe Museum aan de AA in Groningen. In de plannen voor dit nieuwe museum (het voormalige Noordelijk Scheepvaartmuseum) wordt ingezet op samenwerking met organisaties uit het Ommeland van Groningen en liggen mogelijk kansen. Een ander initiatief dat we met belangstelling volgen is Archief Blikfabriek Hogeveen waar sinds 2015 een drietal (oud)medewerkers het industrieel en cultureel erfgoed van de blikfabriek Drenthina vastleggen. Daarnaast inventariseren we in de komende periode de verschillende musea, winkels en particuliere verzamelaars die we binnen onze eigen omgeving en daarbuiten kennen. De meeste initiatieven zijn gericht op de kortere termijn, maar het lijkt goed om te kijken of we op deze locaties en met deze initiatieven kunnen samenwerken in een vorm van kennisdelen. Ons verhaal maakt onze collectie uniek en verdient het om gedeeld te worden.

Periode 2021-2024

Algemeen

Het Behouden Blik presenteert zich als een professionele instelling waarbij vooral de kennis over de verzameling en de verbinding met de sociaaleconomische geschiedenis, de context, een onderscheidende factor is. Het is van belang onze kennis en kunde te blijven ontwikkelen en nieuwe verhalen en activiteiten op te zetten die onze positie verstevigen en

aansluiten bij de collectie. Om dit te kunnen bewerkstelligen is het van belang dat we er in slagen steeds voldoende, ter zake deskundige, vrijwilligers aan ons te verbinden.

Permanente collectie

Collectieregistratie

Elk object dat aan de verzameling wordt toegevoegd wordt geregistreerd. Dit is een handmatige registratie op papier. Het object krijgt een opvolgend objectnummer en alle bijzonderheden en wetenswaardigheden worden vastgelegd, waarna het object een plekje krijgt in de museumopstelling ofwel in het depot. Is een schrift vol, dan wordt de papieren registratie gescand en opgeslagen als een pdf document. De eerste vier schriften zijn op die manier inmiddels gedigitaliseerd. Gedurende de komende jaren zullen alle schriften zo worden opgeslagen.

Beheer en Behoud

Collectiebeheer blijft een belangrijk punt van aandacht. Selecteren en eventueel afstoten van objecten in ons depot blijven aan de orde. Leidraad hierbij zijn de vijf deelcollecties waar de collectie uit is opgebouwd:

- Collectie koffie-thee-cacao
- Collectie Groninger koffiebranderijen
- Collectie Verzorging/Huishouden
- Collectie Blikfabrikanten
- Mogelijkheden voor nieuw te ontwikkelen verhalen

Nieuwe aanwinsten

Ten aanzien van nieuwe aanwinsten is het criterium dat ze moeten passen in één van de vijf geformuleerde deelcollecties. Verbetering van kwaliteit op in de collectie aanwezige objecten is altijd mogelijk. Voor nieuwe objecten in de collectie moet steeds een plekje gezocht worden en de afweging gemaakt worden of het toevoegt aan het verhaal en de collectie verdiept en verbetert of meer van hetzelfde is. Objecten die we binnen de deelcollecties nog graag aan het verhaal willen toevoegen gaan we vanaf nu ook in kaart brengen, zodat we hier met elkaar en gericht naar kunnen zoeken.

Archivering

Het verpakken van kwetsbare objecten/verpakkingen in zuurvrij folie en het opbergen van de zogenoemde platte materialen in zuurvrije dozen is een proces dat wij met de weg van de geleidelijkheid ingaan. Bij elke wisseling van de tentoonstelling maken wij hier nieuwe stappen in, wat er uiteindelijk toe leidt dat onze objecten op een verantwoorde manier tentoongesteld, bewaard en/of opgeslagen worden.

In Het Behouden Blik staan de objecten niet uitsluitend in kasten of in afgesloten vitrines. Hiermee onderscheidt ons museum zich. Om meer over een blik te weten te komen is het belangrijk dat men gevoel krijgt bij het blik door met name de blikplaat te voelen en de informatie aan de onder- of binnenkant van de blikken te kunnen raadplegen. Om deze onderscheidende factor te kunnen blijven bieden, wordt op onderdelen en waar mogelijk voorzien in reserve exemplaren van collectie items.

Digitale Database

Het digitaal presenteren van een deel van onze collectie via de eigen website heeft daadwerkelijk opgeleverd dat wij met regelmaat verzoeken voor bruiklenen ontvangen van collega instellingen. Daarnaast worden we wekelijks benaderd met allerlei vragen over de achtergrond van blikken en verpakkingen. De vragen komen uit het hele land en als we eenmaal gevonden zijn volgt vaak een bezoek of nieuwe aanwinsten voor de collectie. Het digitaliseren van de collectie draagt dus daadwerkelijk bij aan het doel om Het Behouden Blik te presenteren als het kenniscentrum voor het Nederlands decoratief verpakkingsblik. Voor de vrijwilligers is het digitaal registreren van de objecten een tijdrovende klus. We streven ernaar de belangrijkste objecten uit de collectie te digitaliseren en online te presenteren. Alle objecten digitaliseren is onnodig en ook ondoenlijk. We zullen hier steeds samen keuzes in maken en prioriteiten stellen. Het streven is uiteindelijk zo'n 1.000-1.500 objecten digitaal te presenteren.

CollectieGroningen.nl

Op dit platform is onze collectie digitaal vertegenwoordigd met 20 objecten die wij hebben gedefinieerd als topstukken uit de collectie. De beschrijvingen die bij de schitterende foto's, gemaakt door Anton Tiktak, staan nodigen uit tot verder bladeren en verleiden tot een bezoek aan het museum. Op het platform staan de topstukken van alle deelnemende musea in de provincie Groningen. Een bijzonder en rijk gekleurd palet dat op een mooie manier ons culturele erfgoed ontsluit. Het platform verdient meer aandacht en zichtbaarheid. Stichting Erfgoedpartners is voornemens dit te realiseren bij de totstandkoming van het nieuwe Museum aan de AA, het voormalige Noordelijk Scheepvaartmuseum.

Bruiklenen

Wanneer ons een verzoek voor bruikleen bereikt vanuit een collega instelling, werken wij hier uiteraard graag aan mee. Special hiervoor is een uitgebreide bruikleenovereenkomst opgesteld. Meewerken aan tentoonstellingen op locatie levert ons zichtbaarheid op en mogelijk ook nieuwe bezoekers in het eigen museum. Het samenwerken verstevigt de verbinding met de collega instellingen en levert mogelijk nieuwe verhalen op waar wij zelf mee aan de slag kunnen gaan.

Onderzoek, projecten en nieuwe verhaallijnen

Blik in Groningen

In 2020 maakten we een begin met het opbouwen van een verhaal getiteld *Blik in Groningen*. De basis voor dit verhaal is al in 2014 gelegd door Frans A. Jansen, schrijver van het boek *Betoverend Blik*. Bij de opening van onze expositie *In Blik Verbeeld* in het GRID, Grafisch museum in Groningen presenteerde hij een kleine catalogus getiteld *Blik in Groningen*. Sinds die tijd hebben wij nieuwe en meer uitgebreide informatie over de blikfabrikanten in Groningen weten te achterhalen en vroegen wij de nazaten van de in 2018 overleden schrijver toestemming voor het gebruik van zijn tekst als basis voor een aanzienlijk uitgebreidere publicatie. *Blik in Groningen* is in de maak en wordt in augustus 2021 gepresenteerd als markering van het 20-jarig bestaan van het museum.

Koffie vers(ch) gebrand! in Friesland

Het ligt in de bedoeling het verhaal *Koffie vers(ch) gebrand!* ook in Friesland nog een keer te exposeren. Hiertoe is in 2019 al een eerste contact gelegd met de Grutterswinkel in

Leeuwarden. De expositieruimte is er niet erg groot, waardoor met beperkte inspanning op basis van de eigen collectie, aangevuld met bruiklenen weer een mooi verhaal getoond kan worden. De Grutterswinkel heeft nog maar één wisselexpositie per jaar, dus we opteren voor een expositie in 2022 of later.

Mocht het in de Grutterswinkel niet lukken, dan is de bibliotheek in Leeuwarden mogelijk een alternatief wat onderzocht kan worden. Bovendien hebben we inmiddels contact gelegd met het Historisch Centrum Leeuwarden waar ook een expositieruimte beschikbaar is.

Blik in Nederland

We zien het voor ons: de topografische kaart van Nederland met daarop de blikken op de plaats waar ze vandaan komen. Een Culturele Bosatlas op het gebied van het Nederlandse verpakkingblik. De uitdaging in dit project ligt bij de noodzakelijke begrenzing. Hier denken we de komende tijd over na. Zodra we hier meer helderheid over hebben kunnen we beslissen in welke vorm we dit willen presenteren en verder brengen.

Een Spoor van Kledinghaakjes

Met dit verhaal trekken we langs de tien spoorlijnen die eens door de provincie Groningen liepen en kijken naar de bedrijvigheid dit in de aangelegen dorpen teweeg bracht. Aan de hand van kledinghaakjes kan dit verhaal verteld worden. In de komende jaren willen we onderzoeken wie hiervoor samenwerkingspartners kunnen zijn op het gebied van het onderzoek, de presentatie en de tentoonstelling. Ondertussen wordt langzaam gebouwd aan een basiscollectie kledinghaakjes, naaidozen, linteriedozen en aanverwante objecten en inventariseren we welke objecten zich in andere archief behorende instellingen in de provincie bevinden.

1924-2024: 100 jaar DE geschenken

Dit jubileum laten wij niet ongemerkt voorbij gaan. Het is de gelegenheid om onze toonaangevende collectie Douwe Egberts geschenkartikelen, meer dan 800 objecten, uit te pakken en te presenteren.

Verhaallijnen

EHBO en verbandblikken. We beschikken over een ruime variatie EHBO en verbandblikken. Als zich een gelegenheid voordoet om deze blikken in een passende verhaallijn te presenteren haken wij daar zeker op aan. Hetzelfde geldt voor het gestaag groeiende aantal objecten in de categorie Huishouden/Verzorging. Deze komen in de lezing *Wat een meisje weten moet* al gedeeltelijk aan de orde maar verdienen bredere aandacht.

Publiciteit en marketing

Museumbezoeken, lezingen en het aanwezig zijn op één of twee buitenactiviteiten per jaar zijn nog steeds de beste methoden om nieuwe publieksgroepen aan te boren. Advertenties in de Da's ja Goud agenda leveren concrete bezoekers op. De museumgids doet haar werk eveneens en ook via de nieuwe toeristische promotieorganisatie Wadenland zullen wij regelmatig aan bod komen in flyers en/of magazines.

Daarnaast is het vooral de mond-op-mond reclame, en af en toe een redactionele bijdrage in een krant of tijdschrift, dat ons de meeste zichtbaarheid geeft.

Opvallend is nog altijd dat wij hoog scoren op de herhaalbezoeken en op de duur van een bezoek. Een bezoek neemt al gauw 1-1,5 uur in beslag, wat als uitzonderlijk hoog bestempeld wordt. Wisselingen in exposities, de constante groei van de collectie en de

aandacht die wij hier aan besteden blijven dan ook de komende jaren van essentieel belang voor onze instelling.

Belangrijk criterium bij alle activiteiten die we ontplooiën in de komende periode is steeds de beschikbare menskracht om deze te organiseren en uit te voeren. Samenwerking met derden kan hierin van meerwaarde zijn.

Social media

Het Seizoensblik blijft een vast onderdeel van ons programma en wordt via onze website en via de eigen facebook pagina, tenminste drie of vier keer per jaar vernieuwd en gedeeld.

Het aantal volgers op facebook is gestegen naar meer dan 660 en berichten worden gemiddeld 1.000 keer bekeken met uitschieters naar 1.600 keer of meer. Met name wanneer berichten gedeeld worden stijgt het aantal personen dat de berichten te zien krijgt aanmerkelijk. De statistieken hierop worden steeds verfijnder en laten zien dat ons publieksbereik nog altijd groeiend is.

Ook hier geldt dat we uit het ruime palet aan mogelijkheden alleen die onderdelen oppakken die bij ons museum en haar doelgroep passen. Mochten wij in de komende periode echter een vrijwilliger aan ons weten te binden die zich wil inzetten op het gebruik van bijvoorbeeld Instagram of andere platfora, dan sluiten wij ook daar graag op aan om zo een breder publiek nieuwsgierig te maken naar ons verhaal.

Activiteiten

Buitenactiviteiten

Op ons wensenlijstje voor de buitenactiviteiten staan herhalingen van het festival Zoet, de Suikermarkt en de Zeldzaam Mooi markt. Verder staan wij open voor nieuwe locaties waar passende buitenactiviteiten georganiseerd worden. Doel van dergelijke activiteiten is altijd het vergroten van de naamsbekendheid. Daarnaast benutten we een dergelijke activiteit graag voor de verkoop van blikken die we dubbel hebben of die in ons verhaal niet passen, tegen aanschafwaarde, zodat we ruimte creëren in de collectie en tegelijkertijd middelen verwerven voor het opzetten van nieuwe projecten.

Blik op de Weg

Als de omstandigheden dit toelaten en we de COVID-19 pandemie achter ons hebben gelaten gaan wij ook de komende jaren weer met het Blik de Weg op. Het streven is om per week niet meer dan 2 activiteiten in de agenda op te nemen zodat de continuïteit van alles wat we doen gewaarborgd blijft en de vrijwilligers niet overvraagd worden. De lezing *Koffie vers(ch) gebrand!* zullen wij ook de komende periode extra onder de aandacht proberen te brengen, zodat ook dit verhaal met regelmaat gedeeld kan worden. Daarnaast willen we onderzoeken of en hoe we bijvoorbeeld *Een College Bliklezen en een Examen Reclame* online en misschien zelfs tegen betaling beschikbaar kunnen stellen. Is een podcast een optie?

Erfgoededucatie

De programma's *Een Blik in de Winkel van Sinkel* en *Een Blik op Blauw* blijven we aanbieden. Daarnaast streven we ernaar nieuwe programma's te ontwikkelen. We denken aan een programma voor de jongste jeugd in de vorm van het vieren van een verjaardag zoals dat in de jaren '50 van de vorige eeuw gebeurde, compleet met spoednik en doppinda's of een variatie op de Winkel van Sinkel gebaseerd op de spaarpunten en zegeltjes. Uitgangspunt hierbij is de collectie geschenkartikelen van Douwe Egberts die wij

een aantal jaren geleden hebben aangeschaft en waar nu nog geen plaats voor is in de permanente expositie. Een nieuw programma voor de oudere jeugd willen we ontwikkelen op basis van bijvoorbeeld de vormgeving in de reclame en bestaande rollenpatronen. Nieuwe digitale vormen waarmee we onderwerpen kunnen presenteren worden eveneens onderzocht. Een nieuwe vrijwilliger die op dit vlak expertise heeft is van harte welkom!

Blikbezoek

Natuurlijk blijft ook in de komende periode een ontvangst in het museum zelf het allermooiste. Men kan zich helemaal onderdompelen in de collectie en vindt altijd wel een verbinding naar het eigen verhaal. Onze kracht is dat we kunnen meebewegen met het verhaal van de bezoeker en onze context kunnen toevoegen.

De Groninger Ploeg in Uithuizermeeden

Nieuw in 2021 is het arrangement de Groninger Ploeg in Uithuizermeeden als onderdeel van het project De Ploeg e-bikeroutes, oftewel 'In het spoor van De Ploeg'. Wij doen mee aan dit arrangement met een collectie blikken en verpakkingen van het ontwerp bureau van Jannes de Vries, lid van deze schilders beweging. Wij belichten het commerciële werk van deze Ploegschilder.

Pronkjewailpad stempelpost

Met ingang van april 2021 opent de nieuwe oostroute van het Pronkjewailpad, het zelfstandig te lopen vervolg op de Tocht om de Noord. Wij zijn als stempelpost onderdeel van deze route. Op momenten dat het museum open is bieden wij gratis koffie en thee aan tijdens een bezoek en delen wij graag verhalen. De bijdrage in het Onderhoudsblik blijft gehandhaafd. Voor momenten dat het museum gesloten is richten wij een onbemande stempelpost is, voorzien van een eigen stempel en een terugkomkaartje waar de wandelaar op een ander moment gebruik van kan maken. Daarbij voegen wij een rolletje KING pepermunt voorzien van een klein kaartje met verhaal om mee te nemen voor onderweg. Tegenprestatie is een eigen uitgelichte pagina op de website van het Pronkjewailpad en hopelijk een groot aantal deelnemers dat in ieder geval op de hoogte gebracht wordt van ons bestaan.

Kwaliteitsimpuls

Groot zijn in klein blijven is nog altijd het uitgangspunt van ons museum. De verleiding om naar een grotere ruimte te verhuizen is soms groot. Toch komen we steeds weer tot de conclusie dat juist de beperkte ruimte ervoor zorgt dat we de focus kunnen blijven aanbrengen op dat wat we doen en hoe we dat doen. Uitbreiding van het aantal bezoekers is niet persé een speerpunt. Met 1.000 bezoekers per jaar zijn wij tevreden en meer dan 1.300 kan, maar is niet noodzakelijk. Een ontvangst voor 15 personen kan, maar een groep van 8-10 personen is prettiger. Het verhaal dat wij delen met een kleinere groep mensen gaat verder en levert meer rendement dan een verhaal voor een hele grote groep. Hetzelfde geldt voor onze lezingen. Een groep van meer dan 60 personen is geen probleem, maar een kleinere groep heeft absoluut de voorkeur.

Speerpunten bij alles wat Het Behouden Blik onderneemt blijven:

- De participatie van het publiek, de interactie
- Het delen van de verhalen rondom ons cultureel erfgoed aan de hand van objecten en anderen stimuleren het eigen verhaal te delen

- De overtuiging dat het de kunst is te blijven ontwikkelen met behoud van al het goede uit de decennia die door de verzameling in beeld gebracht worden
- De overdracht van informatie en de kennisontwikkeling op het gebied van erfgoededucatie en alle aspecten die horen bij de blikken en de objecten

Immers, ons cultureel erfgoed staat gewoon in onze keukenkast, is van iedereen en maakt onderdeel uit van onze eigen geschiedenis. De meerwaarde van onze instelling zit in het feit dat wij samen met het publiek onderdelen van deze geschiedenis in beeld brengen. Niet uit nostalgische overwegingen, maar vanuit de doelstelling de bijbehorende verhalen te kunnen doorgeven: *Wat een mooi verleden om samen een nieuwe toekomst van te maken* (vrij naar Belcampo).

Om dit alles mogelijk te maken gaat de Stichting ook in de komende periode op zoek naar nieuwe vrijwilligers en bestuursleden. Bovendien willen we meer aandacht besteden aan de Vrienden van het Blik. De huidige vrienden behouden en dit aantal laten groeien is uiteraard het streven. In 2020 zijn we, tijdens de crisis rondom COVID-19, begonnen met de publicatie van een eigen nieuwsbrief. Door deze breed, via e-mail, te verspreiden komt ons museum bij een grote groep mensen weer even onder de aandacht en versterken we ook langs deze weg de verbinding.

Financiën

De inkomsten van Het Behouden Blik bestaan uit

- vrijwillige bijdragen in Het *Onderhoudsblik*
- opbrengst van lezingen op locatie onder de noemer *Blik op de Weg*
- verkoop van de publicatie *Het Behouden Blik in 40 Seizoenen*
- verkoop van de publicatie *Het Behouden Blik in 25 nieuwe Seizoenen*
- verkoop van de publicatie *Koffie vers(ch) gebrand!*
- verkoop van koffie en thee met gebak tijdens de ontvangsten
- verkoop van blikken en artikelen die in de verzameling dubbel zijn tijdens buitenactiviteiten

De totale inkomsten worden steeds in het geheel weer als investering in de verzameling teruggebracht ten behoeve van

- aanvullingen of uitbreiding van de verzameling
- het opzetten en uitvoeren van onderzoek en het delen van verhalen
- sponsor-, advertentie- en/of publicatiekosten
- onderhoud van de verzameling
- inrichting en presentatie
- drukwerk

De begroting is jaarlijks sluitend zonder aanvullende investeringen en/of structurele subsidies, met uitzondering van projectsubsidies.