

HET BEHOUDEN BLIK

VOORUITBLIK

2017 – 2020

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 inmiddels derde Vooruitblik van de Stichting Het Behouden Blik is in de eerste plaats een richtinggever voor de organisatie zelf, maar stimuleert en bevordert ook de voortgang van een dynamisch proces. Ook in de periode 2017-2020 stelt de organisatie zichzelf onverminderd tot taak Het Behouden Blik en haar verzameling integraal te professionaliseren op het gebied van:

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

Kortom, Het Behouden Blik werkt aan wensen, ideeën, communicatie, en de samenwerking met nieuwe, mogelijk ook branchevreemde, partners. Dit alles vanuit de overtuiging dat cultureel erfgoed van ons allemaal is en dat musea het collectieve geheugen vormen. 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.

TERUGBLIK

Periode 2013-2016

De Stichting Het Behouden Blik heeft zich, terugkijkend op de periode 2013-2016, op de volgende onderdelen in belangrijke mate verder ontwikkeld en geprofessionaliseerd :

Collectie

De collectie is gegroeid naar ruim 3.800 items. Verdieping is bereikt door de aanschaf of verwerving van enkele bijzondere items, zoals de Droste spaarautomaat, het Droste Persan pastilleblik ontworpen en gesigeneerd door Jan Wiegman, de Verkade dag- en nachtblikken en een keur aan winkelblikken van Groninger of Friese koffiebranderijen, serviesgoed, reclamemateriaal en verpakkingen. De collectie heeft hiermee verdieping verworven en ontwikkelt zich als toonaangevende verzameling waarbij de sociaaleconomische geschiedenis van Nederland centraal staat. Daarnaast profileert het museum zich steeds meer als het kenniscentrum van het Nederlands decoratief verpakkingsblik. Het project Collectie Digitalisering is hierbij een belangrijke ontwikkeling geweest. Hiermee worden op dit moment ruim 600 objecten uit de verzameling online via de eigen website gepresenteerd.

Bezoekers

Het bezoekersaantal is opgelopen naar 1.000 tot ruim 1.500 per jaar. De website wordt goed gevonden en bezocht en ook via de sociale media heeft het museum op de eigen facebook pagina inmiddels bijna 400 volgers.

In het afgelopen jaar is gebleken dat met de huidige bezetting in de organisatie (vrijwilligers en bestuursleden) het bezoekersaantal niet veel verder kan groeien.

Erfgoededucatie

Het Behouden Blik biedt het programma *Een Blik in de Winkel van Sinkel*, waarin de 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 3 per leerling. Het gemiddelde aantal leerlingen dat aan dit programma deelneemt loopt langzaam terug als gevolg van de krimp en de afname van het aantal kinderen. In 2016 ontvingen wij nog 171 leerlingen.

In de tweede Vooruitblik spraken wij de wens uit ook contact te maken met de leerlingen van de middelbare scholen. Dit is niet gelukt via een project rondom de Maatschappelijke Stage, die van overheidswege alweer is afgeschaft. In plaats daarvan hebben wij de workshop *Blik op Blauw* ontwikkeld waarin wij leerlingen van de middelbare school, leeftijd 12-16 jaar meenemen in de wereld van de cacaofoon en de chocoladeproeverij. Een succesvolle formule die langzaam zijn vruchten afwerpt.

Blik op de Weg

In de periode 2013-2016 verzorgden wij 64 lezingen op locatie. Nog altijd veelgevraagd is de lezing *Een College Bliklezen en een Examen Reclame; De Blik van Herkenning* houden wij regelmatig in buurthuis kamers en verzorgingscentra en ook de lezing *Wat een meisje weten moet!* wint aan populariteit en wordt steeds vaker geboekt.

De nieuwste lezing *Een Blik op de jaren '50 in 50 Blikken* vindt ook gretig aftrek. Al dan niet samen met de 'smaak van de jaren '50, geven we deze lezing meestal met twee personen, zodat zowel de (wetenschappelijke) context als ook de sociaaleconomische geschiedenis beide aan bod komen in een samenhangend interactief verhaal.

Presentatie

Ook in de periode 2013-2016 heeft het museum op meerdere gelegenheden aan buitenactiviteiten deelgenomen. Zo was daar:

- Fruitcorso, Tiel
- Historische dagen Verhildersum, Leens
- Weckmarkt Havezathe Mensinge, Roden
- Het Blik was pleisterplaats tijdens het Loop & Lifestyle evenement
- Zeldzaam Mooi Markt, Groningen
- Verzamelaarsjaarbeurs, Utrecht
- Wintermarkt, Orvelte

Daarnaast zijn wij vaste deelnemer van het evenement Oktober Kindermaand, en deden wij in 2016 voor de eerste keer mee met de Maand van de Geschiedenis.

Thematentoonstellingen en publicatie

In 2014 verscheen de tweede druk met opnieuw 250 exemplaren van het boek *Het Behouden Blik in 40 Seizoenen*. Eind 2016 is ook deze druk geheel uitverkocht en wordt een derde druk overwogen.

Elke drie maanden wordt een nieuw Seizoensblik opgesteld en wordt de website bijgewerkt.

In april 2014 presenteerden wij het museum op de *Verzamelaars jaarbeurs* in Utrecht. Duizenden mensen bezochten onze stand en met name het Droste Persan pastilleblikje werd veel bekeken, achter glas!

Eveneens in 2014 organiseerden wij de zomertentoonstelling *In Blik Verbeeld* in het

GRID, Grafisch Museum Groningen. Een overzicht van 100 jaar Nederlands decoratief verpakkingsblik trok ruim 1.600 bezoekers en werd met twee maanden verlengd. De heer F.A. Jansen publiceerde bij de tentoonstelling een kleine catalogus over het Groninger verpakkingsblik. Een overzicht dat niet eerder gepubliceerd werd.

Blik naar Binnen was een bijzondere samenwerking in 2014 met het boekbindatelier van Wim Gremmen. De expositie in het Schathoes van de Menkemaborg leverde 1.300 bezoekers in 10 dagen en de prachtige objecten door Wim gebouwd en door 25 verschillende kunstenaars ingevuld met hun blik naar binnen waren een doorslaand succes. Dit project kreeg in 2015 een vervolg bij Pulchri in Den Haag. Eveneens in 2015 participeerde Het Behouden Blik in het project *Theetied/Theetijd*. Een grenzeloze samenwerking met vijf musea, te weten De Menkemaborg, Openluchtmuseum het Hoogeland en Het Moordorf museum en Dorfsmuseum Munkeboe.

In 2016 hebben wij meegewerkt aan de tentoonstelling *Made in Stad*, waarbij vijf Groninger bedrijven werden uitgelicht in het Noordelijk Scheepvaartmuseum in de stad Groningen. Wij leverden het materiaal en het verhaal aan voor de firma's Tiktak en Niemeijer.

Koffie, Vers(ch) gebrand

Dit project heeft een lange adem nodig. Het plaatjesalbum is in de maak, informatie wordt nog steeds aangevuld. Wij zien uit naar de tentoonstelling die mogelijk eind 2017 zal plaatsvinden in het Noordelijk Scheepvaartmuseum in de stad Groningen.

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 de inkomsten worden gedekt.

Tot slot is Het Behouden Blik 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. Incidentele advertenties worden steeds op het verwachte rendement beoordeeld.

In het artikel in het Dagblad van het Noorden ter gelegenheid van de expositie *Made in Stad* werd naar Het Behouden Blik gerefereerd als een professionele instelling. Een compliment en een duidelijke erkenning van onze aanwezigheid en positie in een markt waarin musea de financiën hard zien teruglopen en cultureel ondernemerschap een steeds grotere rol speelt.

In de Vooruitblik 2017-2020 gaan we verder in op de visie van het museum voor de komende jaren.

Algemeen

Was het museum eerder nog een kleine speler in het museumpalet, tegenwoordig wordt Het Behouden Blik gezien als een professionele instelling waarbij vooral de kennis over de verzameling een onderscheidende factor is. Naar de toekomst toe is het van belang de activiteiten en de zichtbaarheid in de markt steeds te vernieuwen en te blijven ontwikkelen. Uitvoerbaarheid en aansluiting bij de kennis en kunde van onze medewerkers en bij onze collectie zijn hierbij aandachtspunt.

Permanente collectie

Digitale Database

Met de lancering van de digitale database via de eigen website is een belangrijke stap gezet naar het voornemen om Het Behouden Blik in de markt te zetten als het kenniscentrum voor het Nederlands decoratief verpakkingsblik. Kennis over individuele objecten kan hier gedeeld worden en door de lezer of bezoeker worden aangevuld. In de komende jaren willen we hier een levendig platform van maken waar de bezoeker een bijdrage aan kan leveren zodat ook langs deze weg de uitwisseling van informatie tot stand kan komen.

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. De nieuwe sociale media bieden ruime mogelijkheden voor publieksbereik. In de loop van de jaren hebben wij een kleine 400 volgers aan onze facebookpagina weten te binden. Berichten die wij plaatsen worden soms door ruim 200 mensen gezien, maar met regelmaat ook door meer dan 1.000. Het publieksbereik is daarmee nog altijd groeiend. Wij hopen de nieuwe media en hun mogelijkheden in de komende periode nog beter te benutten en verder uit te breiden.

Hierbij geldt echter ook dat we uit het ruime palet aan mogelijkheden alleen die onderdelen oppakken die bij ons museum en haar doelgroep passen.

Collectieregistratie

De eerste 600 items zijn digitaal te benaderen in de collectie database op de website. Het streven is alle objecten in deze registratie op te nemen. Een tijdrovende klus, waar slechts mondjesmaat tijd en handen voor beschikbaar zijn. In de periode 2017-2020 zouden wij graag iemand aantrekken die ons hierbij als nieuwe vrijwilliger collectieregistratie kan helpen.

Beheer en Behoud

Collectiebeheer is de afgelopen periode belangrijk punt van aandacht geweest. Selecteren en eventueel afstoten van objecten in ons depot kwamen hierbij uitgebreid aan de orde. In de komende periode wordt de *Top 10 van Groningen* gelanceerd. Een platform waarop deelnemende musea in stad en Ommeland van Groningen hun top 10 aan collectiestukken digitaal mogen delen en presenteren. Het Behouden Blik heeft hiervoor een collectie top 10 samengesteld. Deze is prachtig in beeld gebracht door fotograaf Anton Tiktak en is door ons met

bijpassende teksten omschreven die door de Stichting Erfgoedpartners van eindredactie worden voorzien. De samengestelde collectie top 10 is vanaf nu de leidraad voor het opnemen van nieuwe aanwinsten. Hiermee brengen we focus in de verzameling. De deelcollecties in de verzameling waarlangs de top 10 geformuleerd is zijn:

- Blikcollectie, koffie-thee-cacao
- Collectie Groninger koffiebranderijen
- Collectie Verzorging/Huishouden
- Collectie Winkel van Sinkel/jeugd
- Mogelijkheden voor nieuw te ontwikkelen verhalen

Door de betere zichtbaarheid van de collectie (online) bereiken ons met regelmaat bruikleenverzoeken. Hiervoor is een volwaardige bruikleenovereenkomst opgesteld die wij in de toekomst veelvuldig hopen te gebruiken.

Speerpunt voor de komende jaren is de collectie daar waar nodig te voorzien van zuurvrije papieromslagen, zuurvrije plasticverpakkingen en opberghoezen of – dozen. Het archiefbeleid wordt nader uitgewerkt, op papier gezet en er wordt een begin gemaakt met de uitvoering ervan uitgevoerd.

In Het Behouden Blik staan de collectie items niet uitsluitend in kasten of in afgesloten vitrines. Hiermee onderscheidt het museum zich ten opzichte van andere blikcollectie beherende instellingen. 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 in een aantal gevallen voorzien in reserve exemplaren van collectie items.

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. Onze website wordt goed gevonden en staat hoog in de Google rangorde. De naamsbekendheid wordt steeds groter, mede als gevolg van uitzendtijd in programma's als Man bijt Hond of een klein artikel in het NS blad Spoor. In 2016 kochten wij een advertentie met editorial in het blad Discover Benelux. Een grote uitgave waarvan wij hopen dat het effect op langere termijn te zien zal zijn. Al met al blijft de mond-op-mond reclame aangevuld met af en toe een redactionele publicatie in een krant of tijdschrift voor ons van het grootste belang. Opvallend is nog altijd dat het onze instelling lukt hoog te scoren op de herhaalbezoeken. Wisselingen in exposities, de constante groei van de collectie en voldoende aandacht hiervoor zijn daarmee ook de komende jaren van essentieel belang voor onze instelling. Bovendien scoren wij goed op de duur van een bezoek, dat neemt in ons kleinste museum van Noord Nederland al gauw 1,5-2 uur in beslag. Dat is uitzonderlijk hoog. Ook hier geldt dat de activiteiten die wij ontwikkelen in overeenstemming moeten zijn met de beschikbare menskracht en handen om ze te organiseren en uit te voeren.

Kwaliteitsimpuls

In het Stichtingsbestuur is meerdere keren gediscussieerd over ons motto: *Groot zijn in Klein blijven*. 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 in dat wat we doen en hoe we dat doen. Uitbreiding van het aantal bezoekers kan alleen als het verhaal voldoende voor het voetlicht kan worden gebracht. Ditzelfde geldt voor het houden van lezingen voor hele grote groepen. Ons verhaal komt pas echt goed over als we persoonlijk contact met de bezoekers kunnen maken. Dat werkt in een gezelschap van meer dan 60 personen, maar geeft veel groter rendement wanneer we het verhaal delen met 15-25 personen.

Speerpunten bij alles wat Het Behouden Blik onderneemt blijven:

- de participatie van het publiek
- het delen van de verhalen rondom ons cultureel erfgoed aan de hand van objecten. Dit stimuleert mensen het eigen verhaal te delen. Samen houden we ons cultureel erfgoed in stand en bieden we kaders en context voor nieuwe ontwikkelingen
- 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 worden gebracht.
- De overdracht van informatie en de ontwikkeling op het gebied van erfgoededucatie.

Immers, ons cultureel erfgoed is van iedereen en maakt onderdeel uit van de eigen geschiedenis. Onze meerwaarde 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 in de komende periode op zoek naar nieuwe vrijwilligers en bestuursleden. Bovendien wordt de mogelijkheid van de Stichting Vrienden van het Blik, na een voorzichtige start, verder uitgewerkt.

Financiën

De inkomsten van Het Behouden Blik bestaan uit

- verkoop van koffie en thee met gebak tijdens de ontvangsten
- vrijwillige bijdragen in Het Onderhoudsblik.
- opbrengst van lezingen gehouden onder de titel 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 blikken en artikelen die in de verzameling dubbel zijn tegen de aanschafprijs zowel in het museum als 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
- 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.

Projecten

Een Blik in de Winkel van Sinkel

Ook in de komende periode ontvangt het museum de leerlingen van de 14 deelnemende basisscholen *in de Winkel van Sinkel*. Afhankelijk van de samenstelling van de groepen 3 en/of 4 zullen circa 100-150 kinderen per jaar onze instelling bezoeken in het kader van dit project. Dit aantal kan aanzienlijk vergroot worden als ook scholen buiten de gemeente Eemshaven van onze lesbrief gebruik willen maken. Met dit doel voor ogen is het lesmateriaal dat bij deze lesbrief hoort beschikbaar gesteld op onze website.

Blik op Blauw

Een nieuw project dat een goede zichtbaarheid als erfgoedinstelling oplevert in het voortgezet onderwijs. Deze workshop biedt zichtbaarheid bij weer een nieuwe groep jeugd en verruimt daarnaast onze eigen blik wanneer wij open staan voor de beleving die de jeugd heeft bij onze collectie. Hiermee kan aansluiting bij de belevingswereld van de jongeren in deze 'lastige' leeftijdsgroep verkregen worden. De workshop valt in goede aarde en krijgt mogelijk een zusje onder de titel Blik op Roze, waarbij we ook ingaan op tradities die op de Unesco inventarislijst voor Immaterieel Erfgoed staan.

Thematentoonstelling: Koffie, Vers(ch) gebrand

In 2017 vindt deze thematentoonstelling plaats bij het Noordelijk Scheepvaart Museum in Groningen aangevuld met een randprogramma en een publicatie over de koffiebranderijen in Noord Nederland.

De fondswerving is in volle gang en ook het schrijven van de hoofdstukken vordert gestaag.

Nieuwe lezing

Het ligt in de bedoeling om in de komende periode een nieuwe lezing aan het programma van Blik op de Weg toe te voegen. Thema en opzet moeten hiervoor nog ontwikkeld worden.

Buitenactiviteiten

Het streven blijft gemiddeld één buitenactiviteit per jaar bij te wonen, op wisselende locaties om zodoende steeds nieuw publiek aan te boren.

Wat in alle gevallen centraal staat is het zoeken naar onderlinge verbanden die naar de toekomst toe een goede basis leveren voor de vergroting van de zichtbaarheid van Het Behouden Blik als erfgoedinstelling en kansen bieden op nieuwe samenwerkingsmogelijkheden .

4 april 2017