

# Vooruit met de dood

Ondernemingsplan 2017-20

Museum Tot Zover

|               |                                          |    |
|---------------|------------------------------------------|----|
| <u>Inhoud</u> |                                          |    |
| 1             | TOT ZOVER IN 2020                        | 2  |
| 2             | INLEIDING                                | 2  |
| 3             | TOT ZOVER IN 2016                        | 3  |
| 4             | HET BELEID 2017-20                       | 7  |
| 4.1           | Uitgangspunten                           | 7  |
| 4.2           | Collectie                                | 8  |
| 4.3           | Vaste presentatie                        | 10 |
| 4.4           | Tentoonstellingen                        | 12 |
| 4.5           | Publiekstaken                            | 13 |
| 4.6           | Bedrijfsvoering                          | 16 |
| 4.7           | Financiën en toelichting op de begroting | 18 |
| 5             | OVERZICHT TENTOONSTELLINGEN 2008-16      | 21 |
| 6             | GASTENBOEK 2008-15                       | 23 |
| 7             | MEERJARENBEGROTING 2017-20               | 25 |
| 7.3           | Totalen                                  | 16 |
| 7.3           | Omzet en kosten 1                        | 16 |
| 7.3           | Kosten 2                                 | 16 |

In 2020 is Nederlands Uitvaart Museum Tot Zover een vaste waarde in het Amsterdamse museumlandschap. Het museum maakt prikkelende tentoonstellingen met maatschappelijke relevantie en biedt een podium aan kunstenaars, vormgevers en fotografen. Het museum haalt regelmatig de pers in binnen- en buitenland en versterkt het imago van Amsterdam-museumstad. Ook de vaste presentatie maakt een bezoek de moeite waard, evenals de combinatie met begraafplaats en gedenkpark De Nieuwe Ooster. Verder is het museum een reden voor Amsterdammers en bezoekers om een bezoek te brengen aan stadsdeel Oost. Het museum heeft een open blik, gaat debat niet uit de weg en biedt ruimte voor reflectie op de dood. Tot Zover organiseert regelmatig activiteiten, alleen of samen met partners.

Tot Zover staat bekend als kenniscentrum over dood en rituelen en bereikt veel mensen buiten het museum. Via het webplatform van Tot Zover kunnen docenten van basisscholen, middelbare scholen en ROC's interactieve lespakketten downloaden en op digiborden op school gebruiken. Het webplatform bevat veel informatie over dood en rituelen. Deze informatie is gericht op scholieren en studenten. Ook is het webplatform een knooppunt van informatie en activiteiten rondom de dood.

Mede middels activiteiten van de *Funeraire Academie* worden jaarlijkse verschillende bijeenkomsten georganiseerd. Tot Zover wordt ook vaak gevonden door de pers wanneer journalisten op zoek zijn naar kennis en duiding van onze omgang met de dood. Museum Tot Zover is een klein museum maar heeft een grote rol als ontmoetingsplaats. De dood leeft als onderwerp en veel mensen hebben vragen of willen ervaringen of gedachten delen. Veel mensen willen ook uitgedaagd worden om over het thema na te denken. De rol past Tot Zover uitstekend en het museum is daarom ook veel groter dan alleen het fysieke museum. Zo is het museum een ontmoetingsplek, een plek waar men leert over en reflecteert op dood, sterfelijkheid en het leven, en eveneens een plek waar men komt voor het virtuele kenniscentrum. Dankzij Tot Zover komen prangende kwesties rondom de dood aan bod in de media en op andere plekken.



*Museum Tot Zover*

De staf bestaat uit vijf vaste krachten (2,7 fte) en verder zijn er tien vrijwilligers en stagiaires werkzaam op het kantoor en ongeveer dertig in Café Rozenburgh en op de museumvloer. Het museumbezoek is gegroeid van 4.050 in 2015 en 2016 naar 8.000 in 2020 (200% groei). Steeds meer buitenlandse (herhaal)bezoekers die naar Amsterdam komen, weten hun weg naar het unieke museum te vinden. Er komen vijftig groepen per jaar en dit zijn vooral scholen. Van de financiering komt 52% van sponsors en donateurs, 8% van inkomsten uit entree en winkel en 40% van de overheid. Kortom, het museum zorgt zelf voor 60% van de inkomsten. De relaties met sponsors en donateurs is stabiel. Regelmatig wordt er samengewerkt met Amsterdamse partners. Dat kunnen musea zijn (bijvoorbeeld FOAM, Tropenmuseum, Stedelijk

Museum en/of Amsterdam Museum), maar ook andersoortige instellingen of evenementen. Zo doet Tot Zover mee aan de Museumnacht, 24H Amsterdam, de Nationale Museumweek en Herinnering Verlicht. Met debatcentrum De Balie worden regelmatig programma's gemaakt. In de buurt wordt samengewerkt met theater Oostblok en Stichting Kunsteducatie De Rode Loper op School.

Tot Zover is het enige museum in Nederland dat onze omgang met de dood als thema heeft. Waar anders zou zo'n museum kunnen (be)staan dan in Amsterdam met zijn culturele diversiteit en zijn rijke verscheidenheid aan musea?!

Dit ondernemingsplan is geschreven als onderdeel van de aanvraag bij het Kunstenplan 2017-20 van de Gemeente Amsterdam. Het markeert de plaats waar Museum Tot Zover nu staat en is de leidraad voor het beleid en de plannen voor de komende jaren. Aan de orde komen alle kwaliteitseisen die het Kunstenplan stelt: de artistiek-inhoudelijke kwaliteit, de zakelijke kwaliteit, het publieksbereik en het belang voor de stad.

In dit ondernemingsplan worden ze behandeld in hoofdstuk 4 *Beleid 2017-20* met de onderwerpen: Uitgangspunten, Collectie, Vaste presentatie, Tentoonstellingen, Publiekstaken, Bedrijfsvoering en Financiën van het museum. Daaraan voorafgaand wordt in hoofdstuk 3 een situatieschets van het Museum in 2016 gegeven.

Bij het schrijven van dit ondernemingsplan is ook gekeken naar de checklist uit de 'Richtlijnen Ondernemingsplan vierjarige subsidies' van het AFK. Voor zover van toepassing worden deze vragen in dit plan beantwoord. De geringe omvang van de organisatie kent echter haar beperkingen en maakt sommige vragen irrelevant.



*Opening Museum Tot Zover 2007*

Nederlands Uitvaart Museum Tot Zover opende de deuren in december 2007 en timmert sindsdien aan de weg met tentoonstellingen die prikkelen en vragen opwerpen. Het thema de dood is *hot* en met slim gekozen onderwerpen en goed overdachte plannen weet het museum de aandacht op zich te vestigen. Het museum durft qua keuze van thema's grenzeloos te zijn en durft ook de confrontatie op te zoeken, maar gaat altijd voor inhoud en relevantie en nooit voor sensatie. Het is uniek te noemen dat Tot Zover een particulier museum is, gefinancierd door sponsors. In die zin is Tot Zover een zeer ondernemend museum. Onze sponsors zijn zeer tevreden met koers en beleid van Tot Zover en zullen de sponsoring voortzetten, maar verhoging van het bedrag dat het museum via sponsoring binnenkrijgt, is niet realistisch. Om een bescheiden en noodzakelijke groei te creëren en een gevarieerdere inkomstenmix te realiseren zoekt Museum Tot Zover daarom aansluiting bij het Kunstenplan 2017-20 van de Gemeente Amsterdam. Het museum vraagt € 150.000. Dit is 40% van het totale jaarbudget. De overige 60% komt uit de eigen inkomsten.

Veel is er al tot stand gebracht door Museum Tot Zover. De definitieve opname in het Museumregister is nabij (2016), er is een enthousiaste groep vrijwilligers, de fondsen en recensenten zijn enthousiast over tentoonstellingen en de reputatie van het museum bij collega-instellingen is bijzonder goed. Dit alles is tot stand gebracht met

een erg kleine staf van vier betaalde krachten (inclusief weekendsupport) en slechts 2,0 fte. Een bescheiden groei in personeel en budget is hard nodig om de museale taken goed te kunnen uitvoeren, om het bezoek te kunnen laten groeien en om de bekendheid van Tot Zover als kenniscentrum en educatief platform te vergroten. Daarmee kan het museum een unieke en waardevolle bijdrage leveren aan het imago van de stad Amsterdam.

### 3

## *Tot Zover in 2016*

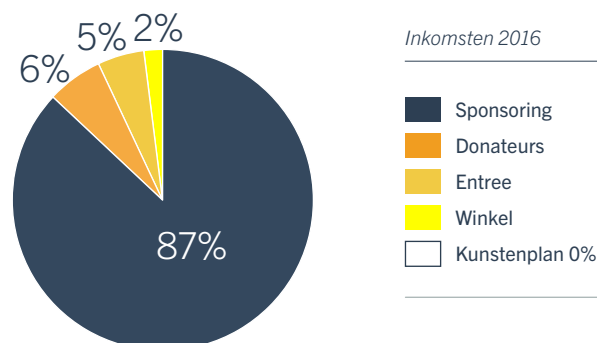
De opening van Nederlands Uitvaart Museum Tot Zover in 2007 trok veel aandacht, maar in de jaren daarna moest worden geleerd hoe het runnen van een museum werkelijk moest. In 2008 was er de eerste, kleine tentoonstelling en in 2010 een reeks van drie exposities van gastcurator Erik Kessels, die het museum bijzonder veel publiciteit, waardering en ook extra bezoekers brachten. "Om te huilen zo mooi", schreef de Volkskrant over de *Funeral Train*, gewaardeerd met de maximale vijf sterren. Ook voor latere tentoonstellingen zoals *Afterlife* (2011-12), *The Pixelated Revolution* (2013-14), *De Vogelvanger* en *Post Mortem* (beiden 2015) kreeg het museum veel waardering. Dat is mooi voor een kleine organisatie. Maar waar staat het museum precies anno 2016?

#### Financiën en organisatie

Officieel heet de organisatie Stichting Nederlands Uitvaartmuseum. Er is een bestuur met vertegenwoordigers uit de uitvaartwereld en de politiek; de voorzitter is algemeen directeur van coöperatie DELA. De leden van de raad van advies zijn afkomstig uit de uitvaartwereld en de wetenschap. Er wordt gezocht naar iemand uit de museale sector. In het Comité van Aanbeveling zitten onder meer professor Herman Pleij en Ernst Veen. De administratie wordt gedaan door een van de hoofdsponsors en een externe accountant verricht de controles.

Opmerkelijk is dat dit kleine en soms spraakmakende museum gefinancierd wordt door de private sector, door sponsors en donateurs, en daar zijn we trots op. Tegelijkertijd zien we dat de grenzen daarmee zijn bereikt. Het museum heeft vooral steun van sponsors uit de uitvaartwereld. Al jarenlang komt verreweg het grootste deel van de financiering van vier grote organisaties: Monuta, de Facultatieve Groep, Yarden en DELA. Deze hoofdsponsors hebben aangegeven dat het museum ernaar moet streven dat hun procentuele aandeel in de inkomsten substantieel moet dalen. Twee hoofdsponsors hebben hun bijdrage bovendien omlaag gebracht met in totaal € 30.000. Dit is opgevangen door het aantrekken van een nieuwe (kleinere) hoofdsponsor en vijf nieuwe gewone sponsors. Dat was geen gemakkelijke zaak en alhoewel we zeer tevreden zijn met het resultaat is het niet gelukt het totale

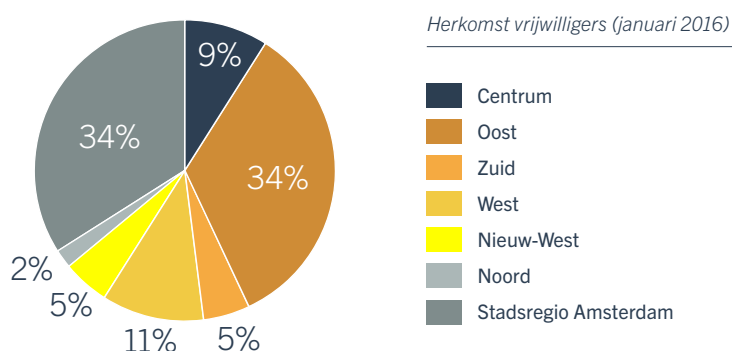
sponsorbudget te vergroten. Voordeel van meer sponsors is wel dat het risico wordt gespreid; bij vertrek van een sponsor is de schade minder groot. We hebben gemerkt dat er binnen de uitvaartsector weinig geïnteresseerde kandidaten over zijn. Er zal nog wel eens een nieuwe sponsor worden gevonden, maar daartegenover zal ook een sponsor staan die het na een aantal jaren voor gezien houdt. Langdurige sponsoring van exploitatiekosten is bovendien voor sponsors minder interessant. In dat opzicht kan worden gesteld dat Tot Zover het uitzonderlijk goed doet als gesponsord museum en dat het in het Nederlands museumlandschap uniek is. Het onderwerp schrikt bovendien bedrijven buiten de uitvaartwereld af.



De afgelopen jaren heeft het museum hard gewerkt aan de financiële basis en – binnen de financiële mogelijkheden – aan het op de kaart zetten van het museum en het stabiel maken van de organisatie. Tot Zover krijgt korting op de huur van begraafplaats De Nieuwe Ooster omdat het museum zorgt voor werving en begeleiding van de gemiddeld vijftientig vrijwilligers in Café Roosenburgh. In de eerste jaren na de opening waren er roosterproblemen en waren er vrijwilligers die niet voldeden, maar na de aanstelling van een betaalde medewerker die hiervoor verantwoordelijk is, kon dit worden gestabiliseerd.

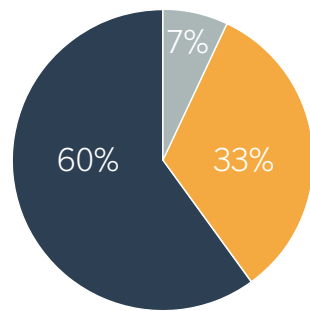
Het museum beschikt thans over 2,0 fte aan betaalde medewerkers, verdeeld over een directeur (0,8), een conservator presentaties (0,5), een hoofd interne zaken (0,4) en een weekendsupport (0,3). Het hoofd interne zaken wordt ingehuurd als zelfstandige en staat onder 'Uitzendkrachten' op de begroting. Vanaf januari 2015 is er ook een projectleider voor educatie en kenniscentrum aangesteld op tijdelijke basis (0,8 fte). Zij is verantwoordelijk voor de ontwikkeling van enkele educatieve pakketten en het kenniscentrum in het algemeen. Hiervoor is een aparte projectbegroting gemaakt. Ze is in dienst tot en met 31 december 2016. Op het kantoor werken voorts gemiddeld tien vrijwilligers (collectie, administratie, communicatie en bibliotheek). Van de 44 vrijwilligers (januari 2016) komt een derde uit Amsterdam Oost, een derde uit de overige stadsdelen en een derde uit de Stadsregio Amsterdam.

Veel werk is verzet met betrekking tot de collectieregistratie en verantwoorde opslag. Dit gebeurde eerst onder supervisie van de conservator. Toen haar aanstelling door ziekte en na lange afwezigheid beperkt werd in uren en veranderde van conservator in conservator presentaties, ontstond een vacuüm dat kon worden opgevuld door het aantrekken van een kundige en goed opgeleide vrijwilliger die de twee vrijwilligers van de collectie kon begeleiden en aansturen. Mede hierdoor is de opname in het Museumregister nu binnen handbereik.



#### Projectfinanciering

Voor projecten heeft het museum tot nog toe met succes een beroep gedaan op de cultuurfondsen en op fondsen uit de uitvaartsector. In de periode 2013-16 is € 416.000 aan eenmalige subsidies voor projecten verkregen. Er werd subsidie verkregen van het Amsterdams Fonds voor de Kunst, het Mondriaan Fonds, het VSBfonds, het Prins Bernhard Cultuurfonds, het Cultuurfonds van de BNG en van het Dr. C.J. Vaillantfonds. Daarvan ging € 166.000 naar tentoonstellingsprojecten en € 250.000 is bestemd voor educatie. Onze ervaring is dat goede projecten, met maatschappelijke relevantie en een realistische begroting, te financieren zijn.



Herkomst projectsubsidies 2013-16

- AFK
- Overige Cultuurfondsen
- Bedrijven en fondsen uitvaartsector

## Publiek en presentatie

De vaste presentatie van het museum vertelt over de geschiedenis, het heden en de toekomst van onze omgang met de dood. Tot Zover vertelt over hoe een crematie verloopt, over negentiende-eeuwse rouwgebruiken en over rituelen van verschillende in Nederland wonende bevolkingsgroepen. Tijdelijke tentoonstellingen, vooral met kunst en fotografie, verdiepen de vaste presentatie en zetten aan tot reflectie.

De afgelopen vier jaar heeft het museum geleerd waar de kracht en de zwaktes liggen. De tentoonstellingen krijgen bijzonder veel aandacht in de pers en goede recensies (bijlage Selectie pers 2020-16). Artikelen van een hele pagina of zelf twee pagina's in kranten als de Volkskrant, NRC Handelsblad, Trouw en het Parool zijn geen uitzondering. De cultuurfondsen zijn enthousiast over de projecten en de bezoekers ook. Uit de vele – vaak uitgebreide – reacties in het gastenboek spreekt waardering, dankbaarheid en zelfs ontroering (zie Gastenboek 2008-15, p. 23). Het aantal bezoekers blijft helaas achter bij de verwachtingen. Het aantal bezoekers in 2015 bedroeg 4.050 en dat had – gezien alle publiciteit rond *de Vogelvanger* en *Post Mortem* – enkele duizenden hoger kunnen zijn. Museum Tot Zover wil aan bekendheid groeien en weet dat een professionele medewerker voor marketing en communicatie hiervoor nodig is.

De vaste presentatie is vooral informatief en cultuurhistorisch van aard. Tot Zover organiseert ongeveer twee tentoonstellingen per jaar. Vooral kunst en fotografie komen aan bod; deze exposities hebben tot doel om de vaste presentatie te verdiepen en de bezoeker aan te zetten tot reflectie op de dood en de eigen sterfelijkheid. Sommige presentaties zijn heel klein, praktisch zonder budget en voor andere is een budget nodig van enkele tienduizenden euro's of ongeveer een ton.

## Activiteiten en samenwerking

De laatste jaren is het aantal activiteiten, vooral rond tentoonstellingen, toegenomen en er wordt veel samengewerkt met andere instellingen. Enkele voorbeelden: de tentoonstelling *Afterlife* (2011/12) werd in overleg met het Tropenmuseum georganiseerd. Het Tropenmuseum toonde tegelijkertijd *De dood leeft*. Tijdens *Pixelated Revolution* (2013/14) organiseerden we twee videolectures door Rabih Mroué (samen met Frascati), een filmprogramma (met EYE) en twee debatavonden (met De Balie). De recente expositie *De Vogelvanger* organiseerden we in overleg met de Stichting 113Online (Organisatie voor zelfmoordpreventie) en voor het randprogramma werkten we driemaal samen met begraafplaats De Nieuwe Ooster. De programmering van dit randprogramma werd gemaakt onder de noemer van de Funeraire Academie. De zondagmiddaglesing bij de tentoonstelling *Post Mortem* werd bezocht door 42 bezoekers, een uitverkochte tuinzaal.

Tot Zover wordt vaak benaderd voor samenwerking. Zo vond de presentatie van het inmiddels vele malen bekroonde kinderboek *Doodgewoon* van Bette Westera en Sylvia Weve (Woutertje Pieters Prijs en Gouden Griffel) plaats in het museum. In 2016 bieden we een podium aan de theatervoorstelling *Broertje Dood* van Groenteman & Vrouw. Dat doen we met begraafplaats De Nieuwe Ooster die de makers een maand heeft laten meelopen met het bedrijf. De productie is van Theater Oostblok. Samenwerking met Amsterdamse musea is ook iets wat we graag willen. Amsterdam Museum, Foam en Tropenmuseum staan hiervoor open.

Het museum werkt graag samen met voor de hand liggende of juist niet voor de hand liggende partners. Onze kracht is dat wij het enige museum over de dood in Nederland zijn, dat onze tentoonstellingen goed en prikkelend zijn en dat we over veel kennis en een groot netwerk beschikken. Onze zwakte bij samenwerkingen zit vooral in het gebrek aan menskracht. Vooral kortdurende activiteiten zoals lezingen en debatten kosten relatief veel tijd. Voor de uitvoering maken we gebruik van vrijwilligers, maar de organisatie kost veel tijd. Enkele interessante projecten konden daardoor helaas geen doorgang vinden. Dit is jammer want de thema's die we aansnijden lenen zich erg goed voor publiek engagement, discussie en uitwisseling.

Museum Tot Zover is lid van de Museumvereniging, de International Association of Funeral Museums, de European Federation of Funeral Museums, het Overleg Amsterdamse Musea (OAM) en het Marketing Overleg der Amsterdamse Musea (MOAM). De directeur van Tot Zover is bestuurslid van de Stichting Samenwerkende Amsterdamse Musea (SAM). De contacten met de andere Amsterdamse musea zijn dus uitstekend. Het museum accepteert uiteraard Museumkaart, AmsterdamCard en Stadspas.



## Locatie

Het museum heeft een opvallende locatie aan de rand van de stad: het is het enige museum wereldwijd dat gelegen is op een begraafplaats. En niet zomaar een begraafplaats maar het rijksmonument De Nieuwe Ooster, de grootste en drukste begraafplaats van het land, een begraafplaats met een schitterend ontworpen oud en nieuw deel, en vooral dé begraafplaats van Amsterdam en de Amsterdammers. Deze Amsterdammers en de bezoekers van Amsterdam die de binnenstad willen ontwijken vinden hier een groene oase waar men kan wandelen – iets wat steeds meer gebeurt – en waar men van honderden bijzondere boomsoorten en de markante grafmonumenten kan genieten.

## Kenniscentrum, Funeraire Academie en educatie

Langzamerhand begint het **kenniscentrum** van het museum vorm te krijgen. Steeds vaker wordt het museum benaderd door scholieren, studenten en de media met vragen over bijvoorbeeld de uitvaartpraktijk. De bibliotheek wordt in 2016 aangesloten bij AmsterdamNet en er zijn contacten met diverse verzamelaars van boeken op het gebied van de dood. Op termijn komen hun collecties in het bezit van het museum.

Tot Zover heeft een zeer uitgebreid netwerk in de uitvaartbranche en de academische wereld en heeft het initiatief genomen tot de oprichting van de **Funeraire Academie**, een kennisplatform van Museum Tot Zover, de Tilburg University en de Radboud Universiteit. De bedoeling is kennis te delen en te fungeren als brug tussen wetenschappers onderling en tussen de academische wereld en de uitvaartbranche. Het museum is penvoerder van de Funeraire Academie. Er zijn verschillende succesvolle expert-meetings georganiseerd en onze (nieuwe) website wordt gebruikt om informatie over onderzoek en activiteiten te delen.



*Dragers en palfreniers van de Utrechtse Begrafenis Vereniging,  
foto, circa 1915*

Het is lastig **scholen** te verleiden tot een bezoek aan het museum. De concurrentie is groot en er bestaat in Amsterdam een overschot aan educatieve pakketten. Interessant is dat ROC-opleidingen (ROCvA, Horizon College, Deltion College) een bezoek aan Tot Zover wel de moeite waard vinden. Basisscholen en middelbare scholen weten het museum nog niet veel te vinden. Vandaar dat het museum ervoor heeft gekozen (digitale) lespakketten te maken die op scholen kunnen worden gebruikt. Het museum gaat dus naar de scholen toe. De pilot start met doelgroep scholieren van groep 7 en 8 van het primaire onderwijs in Nederland. Daarna (2017-2018) wordt het programma modulair uitgebreid naar voortgezet onderwijs en ROC. Het **e-kennisplatform** Tot Zover met informatie voor werkstukken, webquests en beeldbank maakt daar ook deel van uit. De oude website wordt in 2016 vervangen door een **webplatform** met daarop de lespakketten en ook een groeiend aanbod van informatie over alles wat te maken heeft met de

dood. Dit kan gebruikt worden voor bijvoorbeeld spreekbeurten. Het Dr. C.J. Vaillant Fonds heeft hiervoor maar liefst € 250.000 beschikbaar gesteld.

## Het belang van Tot Zover

Museum Tot Zover is een museum met een cultuurhistorische presentatie over onze omgang met de dood. De tentoonstellingen bestrijken het veld van kunst, cultuur en maatschappelijke ontwikkelingen. Het is het enige museum over de dood in Nederland en een van de weinige wereldwijd. Dit is eigenlijk opvallend, omdat de dood een terugkerend thema is in praktisch alle uitingen van kunst (beeldende kunst, literatuur, dans, etcetera) en omdat hoe we omgaan met de dood zo veel vertelt over wie we zijn, waar we leven, wat we denken en wat we geloven.

Wij merken dat er veel vragen zijn over sterfelijkheid, zowel over praktische zaken als over de theoretische kant. Tot Zover maakt de dood bespreekbaar op een integere en nuchtere manier. Mensen die te maken hebben met de dood in hun omgeving, krijgen rust en ruimte als zij overzicht hebben over wat er rond een overlijden op hen afkomt.

Vanzelfsprekend houdt Tot Zover rekening met de diversiteit in culturen in ons land. Onze informatie over rouwen in verschillende culturen in de vaste expositie bevordert begrip voor de ander en slaat een brug tussen mensen met verschillende achtergronden. Ook is het aangetoond dat als kinderen worden uitgenodigd zich te verdiepen in - en te uiten over - doodgaan en afscheid nemen, zij daar later beter mee kunnen omgaan. Onze ervaring is dat kinderen van 10-12 jaar het onderwerp erg interessant vinden, en dat de blokkades zich vooral bevinden bij ouders en leerkrachten.

Voor onze circa 45 vrijwilligers is Tot Zover een belangrijke plek. Niet alleen omdat het doen van vrijwilligerswerk sociaal bevredigend is en sommige mensen die geïsoleerd leven, uit hun isolement haalt. Maar ook omdat een deel van onze vrijwilligers een band heeft met De Nieuwe Ooster, omdat daar een dierbare begraven ligt. Zo werkt men in de nabijheid van hun gestorven geliefde.

Tot Zover is het enige museum in de Watergraafsmeer en een van de weinige in stadsdeel Oost. Een fantastische reden voor Amsterdammers en niet-Amsterdammers om uit het centrum te komen en dit *booming* stadsdeel te bezoeken. Buitenlandse toeristen trekt het museum nog weinig, maar de museale teksten zijn in het Engels beschikbaar. De nieuwe website (gereed in medio 2016) krijgt een Engelse versie.

## 4 *Het beleid 2017-20*

### 4.1

#### UITGANGSPUNTEN

##### Kansen

Er zijn volop kansen voor Museum Tot Zover. Het is het enige museum over de dood in Nederland. Het heeft ervaring met het organiseren van tentoonstellingen en heeft daarin een goede reputatie opgebouwd. Het onderwerp staat al jaren in de belangstelling en die belangstelling blijft groeien – kortom, met de dood kunnen we vooruit.



*Aanspreker, litho, 1875*

De gemeente Amsterdam streeft ernaar het (museum)bezoek meer te spreiden over de stad om zo het drukke centrum te ontlasten. Op twintig minuten fietsen of trampen van de Dam is Museum Tot Zover een goede reden om een ander deel van de stad te verkennen, zeker omdat men dan ook het monumentale gedenkpark De Nieuwe Ooster kan bezoeken. De audiotour van het museum loopt ook over het historische deel van De Nieuwe Ooster. Verdere samenwerking met het gedenkpark – uitbreiding audiotour naar nieuw gedeelte, meer rondleidingen – biedt veel kansen. Ook samenwerking met andere Amsterdamse musea en marketingorganisaties is mogelijk om meer publiek te genereren. Overigens is Museum Tot Zover na het aanstaande vertrek van het Persmuseum en naast het Tropenmuseum, dat met een been in de Plantagebuurt staat, het enige museum in Amsterdam Oost.

Tot Zover werkt graag met jonge kunstenaars en vormgevers, bijvoorbeeld voor kleine exposities, en vervult daarmee een rol bij talentontwikkeling. Het museum wil een vaste relatie opbouwen met enkele Amsterdamse opleidingen, bijvoorbeeld de Gerrit Rietveld Academie, de Rijksacademie en de Fotoacademie. De relatie met de Reinwardt Academie kan worden geïntensiveerd. Ook andersoortige instellingen bieden mooie kansen op het bundelen van krachten. Samen met Theater Oostblok wil het museum voorstellingen gaan organiseren en er zijn meer organisaties die open staan voor samenwerking met het museum.

De eerste stappen van de samenwerking met de academische wereld en de uitvaartbranche zijn veelbelovend en inspirerend. De Funeraire Academie heeft veel interessante mogelijkheden. Ook voor andere partijen kan samenwerking met Museum Tot Zover de moeite waard zijn. Zo zijn er contacten met Gerrit Rietveld Academie, Design Academy Eindhoven, Sandberg Instituut en met musea, zoals het Stedelijk Museum, Amsterdam Museum en Tropenmuseum. Met het Museum für Sepulkralkultur in het Duitse Kassel is een goede relatie en er wordt gekeken of samenwerking bij tentoonstellingen mogelijk is.

Vanaf 2016 worden er digitale lespakketten ontwikkeld en wordt ook andere informatie aangeboden via het nieuwe webplatform. Veel docenten hebben behoefte aan hulp bij lessen over de dood en uit onderzoek blijkt dat het voor kinderen en jongeren heel goed is om hier meer van te weten. De informatie pas geven in het geval van overlijden, is vaak te laat. De lespakketten van Tot Zover voorzien hierin en versterken bekendheid en profiel van het museum.

Overheden die culturele organisaties subsidiëren stellen als voorwaarde dat men ook zelf inkomsten genereert. Dat is voor de meeste musea een lastige zaak. Vooral sponsoring van de exploitatie is bijzonder lastig. Zo niet voor Museum Tot Zover. De meeste van onze sponsors blijven ons ook de komende jaren trouw en daarmee is het grootste deel van onze financiering veilig gesteld. Voor eenmalige en tijdelijke activiteiten wil het museum een beroep doen op bestaande fondsen.

Museum Tot Zover ligt op het terrein van De Nieuwe Ooster, dit is een schitterend ontworpen begraafplaats waar veel bekende Amsterdammers/Nederlanders liggen en veel bijzondere grafmonumenten staan. De ruime begraafplaats heeft veel groen. Het is een officieel arboretum (bomenmuseum) met ruim vijfhonderd boomsoorten. De aantrekkelijkheid van deze begraafplaats trekt dan ook steeds meer belangstellenden die komen voor de rust, de

bijzondere grafmonumenten en de prachtige bomen. De directie van De Nieuwe Ooster staat open voor het organiseren van bijzondere evenementen (bijvoorbeeld met Allerzielen, rondwandelingen met gidsen, literaire tochten, lichtjesroutes op Allerzielen, etc..) waar het museum graag op inhaakt.

## Bedreigingen

Een bedreiging voor het museum is de grote concurrentie van museaal aanbod in Amsterdam en de kleine omvang van de vaste staf. Met deze beperkte personeelsbezetting is het een klein wonder dat het museum presteert wat het presteert, maar tevens is de vraag gerechtvaardigd hoe lang dit wonder stand kan houden. Aan communicatie wordt er in verhouding tot de andere musea te weinig gedaan. Dit zal moeten veranderen om de potentiële kansen te kunnen benutten. Dit is zeker belangrijk omdat het onderwerp mensen afschrikt. Bij een gezellig dagje uit past een bezoek aan een museum over de dood niet voor iedereen. De schroom voorbij, komen bezoekers vaak opgewekt naar buiten. Ook is het museum fysiek klein van formaat. Bij de inrichting van het museum is te weinig rekening gehouden met het organiseren van tentoonstellingen en de vaste presentatie kan op een aantal plekken sterker worden gemaakt, op basis van de ervaringen van de eerste acht jaar dat het museum open is.

### Kansen:

- Onderwerp leeft bij veel mensen
- Onderwerp is maatschappelijk relevant
- In kunst en cultuur is de dood een terugkerend thema
- Enige museum over de dood in Nederland
- Veel ervaring met goede tentoonstellingen
- Tentoonstellingen erg gewaardeerd door kenners
- Veel mogelijkheden tot samenwerking
- Pers wordt makkelijk gevonden
- Amsterdam-Oost is *booming*
- Beleid van de gemeente is er op gericht om bezoekersstromen beter te spreiden over de stad
- Locatie op begraafplaats speelt mee in beleving bezoeker (samenwerkingsmogelijkheden)
- Sponsoring van exploitatiekosten door bedrijven is uniek
- Museum heeft een groot netwerk
- Grote en gemotiveerde vrijwilligersgroep, vooral afkomstig uit de buurt

### Bedreigingen:

- Veel mensen denken dat de Watergraafsmeer ver van het centrum ligt
- Museum is nog onbekend bij veel mensen
- Onderwerp schrikt ook veel mensen af
- Tentoonstellingsruimte is klein
- Staf is erg klein
- Geen budget voor marketing, communicatie en educatie
- Verdere groei sponsoring exploitatie niet realistisch
- Amsterdam heeft veel musea

## Visie

Het thema, de dood, is iets waar mensen liever niet aan denken en wat tegelijkertijd enorm fascineert. Hoe we omgaan met de dood vertelt wie we zijn, waar we vandaan komen, wat we denken en wat we geloven. Het besef van de eindigheid van het leven intensificeert dit leven. Het hebben van kennis van tradities rondom de dood versterkt het begrip voor anderen, voor afwijkende of nieuwe gebruiken en voor andere culturen.

Museum Tot Zover wil de kennis en het bewustzijn op dit gebied vergroten bij het publiek en neemt daarmee een unieke plaats in. Sterfelijkheid, dood, rouw en rituelen zijn belangrijke inspiratiebronnen voor kunstenaars, vormgevers en schrijvers. Tot Zover biedt hen een podium. Door middel van samenwerking met anderen kan het museum effectief opereren en organisaties, groepen en individuen met elkaar verbinden.

Museum Tot Zover verzamelt en presenteert nationaal funerair erfgoed met aandacht voor de culturele rijkdom in Nederland en organiseert daartoe onder meer tentoonstellingen. Maar Tot Zover strekt zich uit tot buiten de fysieke locatie. Enerzijds via de media-aandacht naar aanleiding van exposities en activiteiten in het museum die het onderwerp bij de mensen thuis brengt, en anderzijds met het webplatform als belangrijk middel om belangstellenden, waaronder scholieren en studenten, te bereiken.

Het museum is belangrijk voor de buurt en de stad omdat het een plaats biedt van rust en ontmoeting voor mensen die met de dood te



Grote Zaal, uitvaartrituelen verschillende culturen



maken hebben (vrijwilligers, nabestaanden-café, bezoekers, etcetera). Het slaat bruggen tussen mensen uit verschillende culturen en informeert de jeugd over omgaan met de dood.

## Missie

Museum Tot Zover wil dé (onafhankelijke) autoriteit zijn op het gebied van onze omgang met de dood en maakt daarover museale en educatieve producties van hoge kwaliteit. Deze producties zijn kunstzinnig, informierend en/of prikkelend. Sensatiezucht wordt daarbij vermeden. Tot Zover treedt de dood helder en open tegemoet, schuwt pijnlijke onderwerpen niet en neemt stevige standpunten in als dat nodig is. Het museum heeft een spilfunctie en verbindt creatieven en publiek, experts en amateurs, wetenschap en praktijk.

## Strategie 2017-2020

Museum Tot Zover ontwikkelt in de komende jaren verschillende tentoonstellingen en andere activiteiten in samenwerking met verschillende partners. Hierbij wordt gebruik gemaakt van het bestaande netwerk en van het netwerk van de Funeraire Academie. Er wordt een weloverwogen persbeleid gevoerd om het publieksbereik te vergroten. De sociale media worden intensief ingezet. De vaste museale presentatie uit 2007 wordt op delen gemoderniseerd.

De activiteiten van het museum vinden verder ook buiten het museum plaats, bijvoorbeeld op andere locaties of op het webplatform. Het aanbod aan digitaal, interactief lesmateriaal en input voor presentaties, zoals spreekbeurten, groeit en is afgestemd op de beleving van jongeren.

Strategische samenwerking is een belangrijk middel van Museum Tot Zover om als kleine instelling steeds nieuwe doelgroepen te bereiken. Die samenwerking strekt zich niet alleen uit tot culturele instellingen in de stad en daarbuiten, maar nadrukkelijk ook tot marketingorganisaties voor de stad Amsterdam.

## 4.2

### COLLECTIE

#### De collectie

Er is een Collectieplan uit 2006 (herzien in 2008 en 2016; zie Collectieplan). De meeste voorwerpen behoren afzonderlijk gezien niet tot de top van het Nederlands cultuurbezit en zijn op zich genomen, vervangbaar. Het geheel echter is cultuurhistorisch gezien van bijzonder grote waarde. De collectie van Museum Tot Zover is overgedragen aan de Stichting Funerair Erfgoed (SFE). De SFE heeft haar collectie in langdurige bruikleen gegeven aan het museum. Zo is geborgd dat de collectie bij elkaar blijft. Het museum toont ook verschillende langdurige bruiklenen van particulieren en enkele organisaties.

De collectie van Museum Tot Zover bestaat overwegend uit objecten die te maken hebben met de Nederlandse uitvaartcultuur, vaak volkenkundig van aard. De meeste objecten stammen uit begin twintigste eeuw en zijn verbonden met de uitvaartbranche.



*Oudbouw, thema's Het Lichaam en Rouw & Herinnering*

Een groot deel van deze branchegerelateerde objecten bestaat uit textiel (uniformen, tressen, steken, hoeden, rouwkamers, kistkleden maar ook veel stof op rol die bedoeld was voor het bekleden van kisten, rouwkamers of kerkelijke ruimten). Verder zijn er voorwerpen die gebruikt werden voor lijk- en rouwtransport (draagbaren, rijdende baren en koetsen) en bij het begraven/cremeren (grafmonumenten, graftrouwen en urnen). Opmerkelijke objecten zijn enkele recente ontwerpen voor herinneringsobjecten (rouwknoop, asdiamant en astol). Ook vermeldenswaard is de collectie televisiereclames van uitvaartverzekeraars. Tenslotte mogen ook de objecten zoals gebruikt bij uitvaartrituelen van diverse in Nederland levende culturen hier niet onvermeld blijven.

De collectie bestaat grotendeels uit objecten met een cultuurhistorisch karakter. Het merendeel hiervan stamt uit de late negentiende of vroege twintigste eeuw. Het gaat voornamelijk om rouw- en herinneringswerken. Het museum herbergt inmiddels een aanzienlijke collectie haarwerken, dodenmaskers, rouwservezen en historische rouwbrieven en prenten. Naast de herinneringswerken is er een collectie lijkhemden (18de-20ste eeuw). Verder zijn er verschillende ceremoniële/liturgische objecten (eind 19de, begin 20ste eeuw). De museumcollectie bestaat voorts uit documentair materiaal zoals oude rekeningen, polissen, reglementen en notulen maar ook een verzameling historische foto's en achttiende- en negentiende-eeuwse rouwbrieven. Tot Zover beschikt over een grote collectie rouwauto's en -koetsen in miniatuur en over enkele moderne fotoseries.

#### Verwerving en afstoting

Objecten die buiten Nederlandse tradities vallen en die niets van doen hebben met de in Nederland voorkomende niet-Nederlandse culturen, vallen buiten het verzamelgebied van Museum Tot Zover. Bij aangeboden schenkingen en bruiklenen vindt selectie plaats. Objecten die al veelvuldig in de collectie voorkomen, die in slechte staat verkeren

of die moeilijkheden kunnen geven bij opslag of presentatie, bijvoorbeeld door de afmetingen, hoeven niet te worden geaccepteerd.

Bij verwerving volgt het museum de Ethische Code voor Musea en probeert het voorafgaande aan de verwerving van een object zijn uiterste best te doen om de herkomst van het object vast te stellen. In het geval van een bruikleen streeft het museum naar een bruikleenperiode van minimaal 25 jaar. Bij afstoting past het museum de LAMO (Leidraad Afstoting Museale Objecten) toe. Er is nu een aanzienlijk deel van de collectie waarvan beoordeeld moet worden of het moet worden afgestoten en waar bij een bevestigend antwoord ook actie moet worden ondernomen. Nu is de collectie nog enigszins vervuild. Museum Tot Zover heeft geen aankoopbudget. Het zou fijn zijn dit wel te hebben maar andere zaken hebben op dit moment een hogere prioriteit.

#### Behoud en beheer

Voorwerpen die in het museum binnenkomen worden allereerst genoteerd in het inventarisboek. Er is ook een register van inkomende en uitgaande objecten. Daarnaast worden alle objecten geregistreerd met behulp van het bekende programma ADLIB Museum. Het grootste deel van de collectie is inmiddels geregistreerd in ADLIB (basisregistratie).

Museum Tot Zover huurt een depot van Museum Nienoord in Leek (Groningen). Dit is het voormalige Nationaal Rijtuigmuseum. Dit depot heeft een relatief lage huur en aangezien Museum Tot Zover over vier historische koetsen beschikt is het handig om een depotruimte te huren op een plek die hiervoor geschikt is. Nadeel is uiteraard de grote afstand tussen museum en depot. De standplaatsregistratie is compleet. Er wordt nog gezocht naar een betere ruimte voor opslag van textiel.

Voor wat betreft behoud en beheer voldoet het museum aan de eisen zoals gesteld voor de Voorlopige Registratie in het Museumregister. Het systeem van Voorlopige en Definitieve Registratie is per 1 januari 2016 afgeschaft. Museum Tot Zover heeft met het Museumregister afgesproken de definitieve Registratie in 2016 te voltooien. Met de Museumvereniging is afgesproken dat het lidmaatschap van de Museumvereniging, waarvoor opname in het Museumregister een eis is, in deze periode kan worden gehandhaafd.

#### Doelen:

1. De collectie die nu aanwezig is moet in 2020 correct zijn **geregistreerd en opgeslagen** en voor objecten die het museum niet wil, moet de **afstotingsprocedure** worden gevolgd en in 2020 zijn afgerond.
2. Op het gebied van **collectieverwerving** zijn de doelen bescheiden. Gezocht wordt naar schenkingen die de collectie wezenlijk kunnen versterken.

### 4.3

#### VASTE PRESENTATIE

#### Het verhaal

Bij het ontwikkelen van de vaste museale presentatie is uitgegaan van het verhaal dat het museum wil vertellen. Daar zijn vervolgens de objecten bij gezocht, deels uit de eigen collectie en deels van elders. De museumbezoeker begint in de Grote Zaal. Deze is vanaf 2013 in tweeën gedeeld; het eerste deel wordt doorgaans samen met de museumgang gebruikt voor tentoonstellingen en het tweede gedeelte bevat enkele vitrines met een historisch thema en het thema Rituelen, met zeven als vitrines op te vatten lijkkasten. Elke kist vertelt hoe een bepaalde in Nederland levende groep de uitvaart inricht. Zo is er aandacht voor joden, katholieken, moslims, chinezen, Surinaamse creolen, Surinaamse hindoes en de persoonlijke uitvaart. In de oudbouw vindt de bezoeker de thema's Het Lichaam, Rouw & Herinnering en Memento Mori (tijdelijk afgesloten). Ook is daar een projectieruimte; vanachter een grote glasplaat wordt er door een beamer geprojecteerd.



De aanpak verschilt per thema: bij Rituelen gaat het om uitvaartrituelen van verschillende op dit moment in Nederland levende groepen, terwijl Rouw & Herinnering meer historisch gericht is. Het Lichaam daarentegen benadert het onderwerp van de praktische kant en Memento Mori is opgevat als een installatie die de bezoeker oproept tot reflectie. Het laatste onderdeel was indertijd in haast gemaakt en bevredigt noch de bezoekers noch de museumstaf.

Bij het ontwikkelen van de vaste presentatie was het uitgangspunt dat de toon licht moet zijn en het geheel door inhoud en presentatievorm verrassend en prikkelend. Uit een publieksenquête en de reacties in het gastenboek blijkt dat dit goed is gelukt. Elke ruimte heeft zijn eigen sfeer

om zo de inhoud te versterken en het museum levendig te houden. In de Grote Zaal is gebruik gemaakt van verrijdbare vitrines, zodat de ruimte gebruikt kan worden voor wisseltonstellingen. In de oudbouw zijn de ruimtes klein en is er een soort kijkdoosopstelling gemaakt, waarbij de blik van de bezoeker bij binnenkomst door verticale vitrinepanelen wordt geblokkeerd: hij ziet dus niet alles en moet daarom dichterbij komen. Mede hierdoor is de gemiddelde bezoektijd relatief lang.

## Vernieuwing vaste presentatie

Alhoewel het museum de presentatieruimte graag wil uitbreiden gaan we eerst aan de slag met het beter benutten van de huidige ruimte. In 2013 is de helft van de grote zaal in gebruik genomen voor tentoonstellingen. Hiermee werd de vaste presentatie verkleind en verdween er informatieve content. De tijdelijke tentoonstellingen werden echter groter, rijker en meer de moeite van het bezoeken waard. Gebleken is dat herhalingsbezoek gering is en bezoekers eerder te mobiliseren zijn met een steeds wisselend aanbod van tentoonstellingen. Een vergrote ruimte voor tijdelijke exposities is daarom noodzakelijk.

Bovenstaande heeft twee consequenties. Ten eerste willen we dat de vaste presentatie ook tijdens tentoonstellingen in Grote Zaal en Gang in optima forma te zien is. Museum Tot Zover wil daarom met beperkte financiële middelen enkele kleine aanpassingen doen aan de vaste presentatie. Zo wil het museum van een kleine loze ruimte in de zaal Rouw & Herinnering een vitrine maken. Hier kunnen dan de herinneringswerken met mensenhaar, die zeer kwetsbaar zijn, veilig worden gepresenteerd.

De kosten voor dit alles zijn niet heel hoog. Voor de nieuw te bouwen vitrine voor herinneringswerken is er al een ontwerp en zijn er offertes (€ 40.000) en voor de andere aanpassingen worden in 2016 plannen gemaakt. Kleine aanpassingen worden gelijk uitgevoerd en voor het resterende deel worden fondsen gezocht. Meer dan € 50.000 kosten deze aanpassingen waarschijnlijk niet. We denken dat we hiervoor financiering kunnen vinden bij de cultuurfondsen en dat we dit in 2017/18 kunnen realiseren.

De tweede consequentie van de vergroting van de tentoonstellingsruimte is dat deze ruimte tussen twee exposities in, ook goed moet worden gevuld. Hiervoor willen we vaker bijzondere objecten uit de eigen collectie laten zien. Dit kan door middel van makkelijk terugplaatsbare presentatiemodules en videopresentaties die eenvoudig zijn in te schakelen. Een andere oplossing die interessante mogelijkheden biedt, is de tentoonstellingsruimte bij leegstand aan te bieden als Open Podium voor aanstormend talent van een van de kunstopleidingen in Amsterdam. Meer hierover in het paragraaf 4.4 Tentoonstellingen.

Indien de komende jaren volgens plan verlopen, kan er worden gekeken naar een eventuele uitbreiding van de museale ruimte. In de museumtuin is eventueel plaats voor een zaal van ongeveer 15 x 8 meter. Als dit haalbaar lijkt qua financiering, vergunningverlening en exploitatie moet er in 2020 een realistisch plan liggen dat met eenmalige fondsenwerving moet worden gerealiseerd.

## Publieksinformatie

Vanzelfsprekend zijn er teksten die het tentoonstellingsbezoek begeleiden. Daarnaast is er een audiotour. Deze gaat langs de vaste presentatie én buitenom, over het historische deel van De Nieuwe Ooster. Het is in Nederland (en voor zover we weten de hele wereld) de enige audiotour op een begraafplaats. De bezoeker kan zelf bepalen bij welke onderdelen hij de audiotour wil beluisteren. Naast een 'algemene' stem zijn er anderen die iets zeggen, zoals mensen uit het vak en religieuze raadsmanen (priester, imam, rabbi, pandit) en de vader van Merijn Luchtmeijer (aan wie het verhaal over de persoonlijke uitvaart is gewijd). Het systeem van Dataton is gemakkelijk uit te breiden. Er zijn plannen om samen met De Nieuwe Ooster het gedeelte over het terrein flink uit te breiden tot aan het nieuwe asbestemmingsgebied toe. De reacties op inhoud en gebruiksvriendelijkheid zijn erg positief. De audiotour is momenteel alleen in het Nederlands verkrijgbaar, maar de museumteksten zijn tevens in het Engels verkrijgbaar.

### Doelen:

1. De vernieuwing van de vaste presentatie is in 2017 gerealiseerd: de tijdelijke wand in de Grote Zaal is vervangen door een **vaste, verplaatsbare wand**; ook zijn enkele andere kleine aanpassingen gedaan. Het **kabinet voor herinneringswerken met haar** is gerealiseerd.
2. Er ligt in 2020 een realistisch plan voor een bescheiden **uitbreiding**, te financieren met eenmalige fondsenwerving.

Inleiding

Met veel gedrevenheid is de afgelopen acht jaar gewerkt aan het professionaliseren en op de kaart zetten van het museum. Deze inspanningen hebben geleid tot een avontuurlijk museum waar inmiddels zeventien tijdelijke tentoonstellingen gerealiseerd zijn (zie Overzicht tentoonstellingen 2008-15, p. 21). De afgelopen jaren heeft het



*De Gang tijdens de Funeral Train, 2010*

museum lef getoond door moeilijke onderwerpen aan te snijden en grenzen op weten te rekken. Voor *Pixelated Revolution* (2013/14) en *De Vogelvanger* (2015) ontving het museum veel waardering voor de wijze waarop een beladen thema werd gepresenteerd. Vooral *De Vogelvanger* over suïcide en preventie is wat dat betreft een uitstekend voorbeeld. Door de reeks goede en gedurfde exposities is het maatschappelijke profiel versterkt en is het 'merk' Tot Zover garant komen te staan voor kwaliteit. Dit was voor de Volkskrant reden om een artikel te wijden aan het museum (2 januari 2016). De weg die de afgelopen jaren is ingeslagen wordt daarom voortgezet. Verdere professionalisering, samenwerking, haalbaarheid en kwaliteit staan centraal. Niet het aantal, maar impact en kwaliteit van de tentoonstellingen zijn de komende beleidsperiode speerpunt.

Tot Zover zal tentoonstellingen brengen die raken en die mediageniek, actueel en maatschappelijk relevant zijn. Dit betekent dat we ons blijvend durven te begeven op de randgebieden van de dood. Inmiddels heeft het museum bewezen pijnlijke onderwerpen integer en met gepaste afstand te kunnen behandelen. Uiteraard is rekening gehouden met de afwisseling van zware onderwerpen met meer toegankelijke, zachte onderwerpen. Er is gezocht naar een juiste verhouding tussen informatie, cultuurhistorie en kunst. Museum Tot Zover hanteert de volgende kernbegrippen bij het maken van tentoonstellingen:

- Hoge kwaliteit
- Aansprekend voor een breed publiek
- Gevarieerd
- Uitvoerbaar
- Herkenbaarheid voor achterban (uitvaartbranche, vaste bezoekers, donateurs, nieuwsbriefabonnees)
- Mediageniek
- Maatschappelijk relevant, ook met oog op de culturele diversiteit in de samenleving

Tentoonstellingen 2017-20

De volgende tentoonstellingen staan op de rol:

- **2016-17** *Especialy for You* – Hoe breng je het meest afstotende product, de lijkst, aan de man? Met een knipoog kijken we naar de historie van de lijkstisten-promotiefotografie. (i.s.m. kistenfabrikanten).
- **2017** *Artikel 289* (werktitel) – Een tentoonstelling over de dunne lijn tussen goed en kwaad, over de verschillende opsporingsmethoden en technieken. Het technisch fotoarchief van de politie wordt bij hoge uitzondering ter beschikking gesteld. Een educatief programma wordt ontwikkeld t.b.v. bewustwording en preventie. (i.s.m. Politie Amsterdam-Amstelland).
- **2017-18** Tentoonstelling met werk studenten kunstopleiding (Gerrit Rietveld Academie, Foto Academie, Sandberg Instituut of Rijksacademie). Met aandacht voor of juist gericht op culturele diversiteit.
- **2018** *Fotografie en video uit de collectie van het Stedelijk Museum* (werktitel) – Samen met Hripsimé Visser (conservator fotografie Stedelijk Museum) wordt de fenomenale foto- en videocollectie van het Stedelijk Museum onderzocht op relevante thema's als vergankelijkheid, oorlog en dood. (i.s.m. Stedelijk Museum Amsterdam).
- **2019** *Christian Boltanski* – Een atelierbezoek aan de vermaarde Franse kunstenaar Christian Boltanski leidde tot een goed contact en nieuwsgierigheid naar een gezamenlijk project. De drukke agenda van Boltanski liet een project op korte termijn niet toe, maar nu wordt onderzocht of het in 2019 alsnog tot een mooie samenwerking kan komen. (i.s.m. De Nieuwe Ooster).
- **2020** *To Die For* – Muziek en de dood zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Tot Zover richt zich op de popmuziek, die al vanaf het vroegste begin erover gaat. Ook tijdens uitvaarten speelt popmuziek een belangrijke rol. (i.s.m. Leo Blokhuis, Popinstituut, Radboud Universiteit, Paradiso).



In deze tentoonstellingen investeren we onze tijd en energie. Er is ook nog een wens om een tentoonstelling te maken over uitvaartrituelen van een allochtone groep. We werken dan graag opnieuw samen met het Tropenmuseum (het is al ter sprake gekomen). Mogelijk lukt het om nog in 2019/20 een tentoonstelling te wijden aan de Surinaamse Hindoestanen, de grote maar vergeten groep nazaten van Indiase migranten.

Dat er kleine tentoonstellingen tussendoor komen, sluiten we niet uit. Kansen moeten we niet laten lopen, maar we zijn wel terughoudend in ad hoc-exposities. In de Tuinzaal naast Café Rozenburgh hangen wel wisselende kleine presentaties. Dit zijn doorgaans heel bescheiden tentoonstellingen van kinderboeken, in samenwerking met uitgeverijen. Doelstelling is dat het geen kosten oplevert en dat het niet confronterend is voor de cafébezoekers. Wellicht is dit ook een aardige expositieruimte voor studenten van Amsterdamse kunstopleidingen. We willen deze mogelijkheid in 2017 onderzoeken bij Gerrit Rietveld Academie, Sandberg Instituut, Rijksacademie, Fotoacademie en de Design Academy Eindhoven. Tot Zover werkt graag met talentvolle, jonge kunstenaars die nieuwsgierig zijn en nieuwe invalshoeken kiezen. Het onderwerp leeft sterk bij deze groep.

#### Doelen:

1. *Ieder jaar minimaal een **grote wisselexpositie** organiseren, die landelijke media-aandacht genereert.*
2. *Ieder jaar minimaal een **kleinere expositie** over kinderboeken of met werk studenten kunstopleidingen organiseren in de Tuinzaal.*

## 4.5

### PUBLIEKSTAKEN 2017-20

#### Publieksgroepen

Het museum onderscheidt verschillende publieksgroepen:

1. Geïnteresseerde volwassenen voor de vaste en tijdelijke exposities, zowel Amsterdammers als bezoekers van buiten de stad (uit Nederland en uit het buitenland)
2. Schoolgroepen
3. Studenten, wetenschappers, hobbyisten met specifieke belangstelling voor het onderwerp
4. Mensen die zich vanwege persoonlijke omstandigheden betrokken voelen bij het onderwerp

#### Voor de geïnteresseerde volwassenen

#### Beteksting, audiotour en rondleidingen/activiteiten

De bezoeker vindt in Museum Tot Zover informatie en ondersteuning op verschillende manieren. Uiteraard zijn er in het museum teksten te lezen en daarnaast is er een uitstekende audiotour beschikbaar. De audiotour is niet alleen binnen in het museum te gebruiken, maar ook buiten op het historische deel van De Nieuwe Ooster. Het is de enige Nederlandse begraafplaats met een audiotour. Er zijn plannen om de audiotour uit te breiden naar het moderne deel van De Nieuwe Ooster.



*Tijdens de opening van Pixelated Revolution, 2013*

Rondleidingen zijn een heel goede manier voor museumbezoek, vooral voor schoolgroepen, maar zeker ook voor groepen volwassenen. Voor een cultureel-geïnteresseerd publiek is het de moeite waard activiteiten te organiseren. De recentste activiteit van het museum, een lezing in januari 2015, trok 42 belangstellenden. In de periode 2017-20 wil het museum elke maand een zondagmiddaglezing organiseren. Met Theater Oostblok wordt in 2016 al samengewerkt. Veel theater gaat over de dood en daarom biedt een samenwerking interessante mogelijkheden. Beide partijen hebben afgesproken in de periode 2017-20 elk jaar samen te werken. Zo kan er gebruik worden gemaakt van elkaars netwerk en ontstaan er spannende activiteiten gericht op Amsterdam Oost.

Ook De Nieuwe Ooster is een vaste coalitiepartner in de periode 2017-20. We werken bijvoorbeeld samen op het gebied van rondleidingen, audiotour (de enige op een begraafplaats!) en Nabestaandencafé. Er wordt tevens gesproken over een tentoonstelling in museum en op begraafplaats (Boltanski). Voor activiteiten maakt het museum regelmatig gebruik van faciliteiten van de begraafplaats en vice versa. In 2016 wordt er een symposium georganiseerd in verband met de tentoonstelling *Post Mortem*. deze vindt plaats de Kleine Aula van De Nieuwe Ooster. In 2015 vond in de Grote Aula de emotionele literaire avond over suïcide en preventie plaats, een avond met David Van Reybroeck en zonder Joost Zwagerman die kort tevoren was overleden.



Zonder noemenswaardige extra inspanningen ontvangt Museum Tot Zover ongeveer twintig schoolgroepen per jaar. De gidsen van Museum Tot Zover houden rekening met het feit dat het voor sommige jongeren heel bijzonder en misschien ietwat eng is om op een begraafplaats te komen. Men moet immers door de monumentale poort van De Nieuwe Ooster lopen om het museum te bereiken. Tijdens de rondleiding wordt er actief contact gelegd met de groep en wordt regelmatig iets aan ze gevraagd. Juist met de ROC-groepen (Zorg & Welzijn) is dit interessant, omdat deze groepen vele culturen herbergen en de leerlingen elkaar boeiende verhalen en ervaringen weten te vertellen. We hebben gemerkt dat kinderen en jongeren het onderwerp erg interessant vinden. Blokkades zitten er vooral bij volwassenen; sommigen menen dat het museum niet altijd geschikt is voor hun kinderen. Het gaat bij rondleiding bijna uitsluitend om ROC-opleidingen en dan vooral om de richting Zorg en Welzijn. Er is in Amsterdam een overweldigend aanbod aan educatieve pakketten voor primair onderwijs en voortgezet onderwijs. Voor een klein museum is het moeilijk om zich daarin een positie te verwerven. Omdat interessant genoeg slechts 3% van het educatieve aanbod van de Amsterdamse musea is gericht op ROC's, ziet Tot Zover daar een kans. Het doel is steeds meer ROC-scholen te interesseren voor een bezoek met rondleiding aan het museum en in 2020 moeten er veertig schoolbezoeken per jaar uit die hoek komen.



*De Grote Zaal tijdens Afterlife, 2011/12*

Bij de overige schooltypen voelt Tot Zover er weinig voor om veel te investeren voor een gering resultaat in deze volle markt. Daarom brengen wij de informatie en onze insteek liever naar de scholen toe. In 2016/17 ontwikkelen wij digitale lespakketten, bereikbaar via het nieuwe webplatform. We zorgen voor een kwalitatief hoogwaardig educatief programma – volledig digitaal – met de juiste balans tussen educatieve waarde, interactiviteit en entertainmentwaarde. Om het bereik te optimaliseren is het lesmateriaal lesstof vervangend en voldoet het aan meerdere kerndoelen. Tot Zover heeft geen ervaring met dergelijke pakketten, maar op basis van informatie van onze partner voor de ontwikkeling hiervan denken we dat 200-250 klassen uit het primair onderwijs het pakket gaan gebruiken (2017). Vanzelfsprekend wordt wel de mogelijkheid geopperd het museum te bezoeken.

Ook staat Museum Tot Zover open voor samenwerking met Stichting Kunsteducatie De Rode Loper op School die zich richt op het primair onderwijs in Amsterdam Oost. Zij hebben goede banden met deze scholen vlakbij in de buurt en hebben in het verleden bewezen om met aansprekende programma's te komen, ook op De Nieuwe Ooster. In 2008 werd al samengewerkt en beide organisaties willen dit graag nieuw leven inblazen.

#### Webplatform en educatiepakketten

Dankzij een genereuze bijdrage van € 250.000 van het Dr. C.J. Vaillant Fonds heeft Tot Zover in 2015/16 een projectleider voor de ontwikkeling van educatief materiaal en het kenniscentrum kunnen aanstellen. In 2016 wordt de gedateerde website van het museum vervangen door een webplatform en komt er een lespakket voor het primair onderwijs. Het webplatform biedt informatie over objecten uit de collectie, over uitvaartrituelen van verschillende culturele groepen, over begraven en cremen en over nog veel meer. Naast de lespakketten, komt er andersoortige informatie, die bijvoorbeeld voor spreekbeurten kan worden gebruikt. Additionele financiering (circa € 100.000) wordt gezocht waarmee we in 2017 pakketten voor het middelbaar onderwijs kunnen presenteren. Ook is er dan voor ROC's een voorbereidingsles beschikbaar. Vanzelfsprekend houden alle lesmaterialen rekening met de culturele diversiteit van de leerlingenpopulatie op de scholen.

Museum Tot Zover gaat haar website dus niet langer gebruiken als summier kanaal voor marketing of promotie, maar als kennisplatform om met het publiek te communiceren. De vraag en mening van het publiek komt centraal te staan, met jongerencommunicatie als speerpunt. De virtuele museumbezoekers worden gestimuleerd in kennisvergaring, interactie en het delen van informatie via andere sociale netwerken. Met de nieuwe site en online strategie denken we in 2020 100.000 unieke virtuele museumbezoekers te verwelkomen (300% stijging t.o.v. 2015).

Tot Zover is museum en kenniscentrum. Er is een bibliotheek met 1200 banden en veel periodieken. Er zijn ook veel particulieren met een aanzienlijke verzameling op dit gebied en het is de bedoeling deze collecties allemaal samen te brengen. Maar een kenniscentrum is meer dan een bibliotheek. Het belangrijkste is ons netwerk, dat zeer

groot is. Tot Zover is in 2014 samen met vertegenwoordigers van Tilburg University en de Radboud Universiteit de Funeraire Academie gestart. Dit is een platform, bedoeld om kennis te delen. Zo brengen we wetenschappers met elkaar in contact en verbinden we ook de uitvaartwereld met de academische wereld. Met tentoonstellingen maken we al dankbaar gebruik van de Funeraire Academie voor het invullen van de randprogrammering. Zo wordt in maart 2016 een symposium georganiseerd in verband met de tentoonstelling *Post Mortem*. Naast wetenschappers zullen hier uitvaartprofessionals spreken. Er is ook zeer goed contact met verschillende organisaties met kennis over onze omgang met de dood, zoals met Vereniging de Terebinth, Stichting Dodenakkers en het Nederlands Centrum voor Volkscultuur. Ook zijn er plannen voor een symposium in 2017/18 over omgaan met de dood in een multiculturele samenleving.

Als kenniscentrum is Museum Tot Zover ook dé plek om informatie te vinden over dood, rouw en rituelen. Scholieren, wetenschappers, journalisten en hobbyisten kunnen bij het museum terecht voor vragen. Veel kan men op het nieuwe webplatform vinden, maar men kan ook de staf benaderen. De staf weet veel en heeft een zeer groot netwerk achter zich. In 2020 is Museum Tot Zover de logische plek om informatie over alles rondom de dood te halen.

#### Voor mensen met persoonlijke betrokkenheid

##### Café Roosenburgh

De museumbezoeker vindt de toegang tot het museum in Café Roosenburgh. Dit café delen we met De Nieuwe Ooster. Het museum krijgt korting op de huur door de vrijwilligers te werven en begeleiden, en door de roosters te maken. Het café is zeven dagen per week open en er wordt gewerkt in dagdelen. Er zijn dus veertien dagdelen te vullen met steeds twee vrijwilligers. Deze vrijwilligers zijn zeer gemotiveerd en hebben heel verschillende achtergronden. Een deel komt uit de buurt (Betondorp, Watergraafsmeer, Oost) en sommigen hebben iemand, meestal de partner, 'liggen' op De Nieuwe Ooster. Ze vinden het fijn om te werken in de buurt van hun overleden geliefde.



Café Roosenburgh tijdens een opening

Café Roosenburgh is niet alleen een museumcafé, het is ook bestemd voor bezoekers van De Nieuwe Ooster; dit zijn mensen die erop grafbezoek komen, die naar een uitvaart g-aan of die er gewoon komen wandelen. Een keer per maand is er het *Nabestaandencafé*, waar men onder begeleiding kan praten over een verlies dat men heeft geleden. Deze bijeenkomsten trekken gemiddeld twintig personen.

In het café is ook de bescheiden museumwinkel gevestigd en aangrenzend aan de caféruimte is er een kleine vergaderruimte en een iets grotere zaal, de Tuinzaal. In de Tuinzaal kunnen groepen tot 36 man terecht voor presentaties en vergaderingen. Ze grenst aan de museumtuin, waar men bij mooi weer ook kan zitten. Als de ruimte niet bezet is, kunnen cafébezoekers hier ook zitten. Aan de wanden van de Tuinzaal hangen kleine exposities, doorgaans van bladen of illustraties van kinderboeken. De opbrengsten van verhuur gaan naar De Nieuwe Ooster.

##### PR en marketing

Tot op heden heeft Museum Tot Zover geen medewerkers voor marketing en communicatie en ook geen marketingbudget. Huisstijl en openingscampagne in december 2007 zijn om niet verzorgd door communicatiebureau KesselsKramer. De website dateert uit 2007 en werd in 2015 bezocht door 33.700 bezoekers, waarvan 70% unieke bezoekers; in 2016 komt er een nieuw webplatform. Het museum gebruikt Facebook en Twitter en heeft op beide kanalen ruim 1200 volgers en een actieve community van reageerders. De digitale nieuwsbrief heeft 1400 abonnees. Er is veel behoefte aan een professional voor marketing & communicatie. Die kan het museum bekender maken en kan ook de relatie met sponsors en donateurs goed onderhouden. De sociale media en de content op de website kunnen dan goed worden bijgehouden en voorzien van steeds wisselende actuele informatie. Genoemde aantallen volgers en nieuwsbriefabonnees kunnen dan verdubbelen in 2020. Het unieke bezoek aan het webplatform kan stijgen naar 100.000. Door lid te worden van het Marketing Overleg Amsterdamse Musea kan deze medewerker een netwerk opbouwen en kunnen allerlei samenwerkingsvormen het licht zien. Ook bij het organiseren van activiteiten zal de nieuwe medewerker een belangrijke rol gaan spelen. Te vaak worden voorstellen tot samenwerking afgezegd omdat er geen tijd voor is. Bij tijdelijke tentoonstellingen is er doorgaans een marketingbudget en dat levert veel op, maar Museum Tot Zover heeft nu behoefte aan een vaste kracht die het hele jaar door het museum adequaat en volgens een consequente strategie kan promoten. Dat past bij de toegenomen professionalisering van het museum.

## Doelen:

1. In 2020 komen er **veertig schoolgroepen** per jaar naar het museum.
2. Vanaf 2017 worden er maandelijks op zondagmiddag **activiteiten** zoals lezingen of speciale rondleidingen georganiseerd.
3. Vanaf 2017 zijn er **digitale lespakketten** voor primair onderwijs, middelbaar onderwijs en ROC's (Zorg & Welzijn). Het educatieve pakket voor primair onderwijs wordt jaarlijks door 200-250 klassen gebruikt. Vergelijkbare aantallen gelden voor de overige pakketten.
4. De informatie op het **webplatform** wordt iedere week geactualiseerd en steeds uitgebreid.
5. In 2020 trekt het webplatform **100.000 unieke bezoekers**. De accounts op twitter en Facebook tellen ieder minimaal **2.500 volgers**.
6. Dankzij extra inspanningen van de medewerker Marketing & Communicatie is de **band met sponsors en donateurs** onverminderd goed. Het museum slaagt erin ze te behouden en zelfs een nieuwe sponsor te werven.
7. Door de toegenomen bekendheid van het museum verdubbelt het **aantal bezoekers** tot 8.000 per jaar in 2020.
8. Tot Zover is bekend als museum en kenniscentrum en haalt ieder jaar minimaal vier keer de **landelijke media**.
9. Met drie **verzamelaars van funeraire boeken** is vastgelegd dat hun collectie na hun overlijden als legaat maar het museum gaat.
10. Maandelijks wordt het **Nabestaandencafé** georganiseerd in Café Roosenburgh. Deze ontmoetingsbijeenkomsten trekken gemiddeld 20 personen.

## 4.6

## BEDRIJFSVOERING 2017-20

### Huisvesting

Museum Tot Zover is deels gehuisvest in de zogeheten 'doodgraverswoning' van De Nieuwe Ooster. De woning is in 1894 gebouwd door stadsarchitect Adriaan Weissmann die ook het Stedelijk Museum bouwde. In de doodgraverswoning, zoals het huis in de volksmond heette, woonde de beheerder en later de directeur van de begraafplaats. Kort na het jaar 2000 kwam het gebouw leeg te staan en het werd in 2003 aangeboden aan het museum. In december 2007 werd het gebouw in gebruik genomen als museum.



Minister Schippers bij de opening van De Vogelvanger, 2015

Op de bovenverdieping is het kantoor ingericht. Er zijn zes werkplekken. Omdat het museum in de cloud werkt, kan men ook gemakkelijk thuis werken zonder een computer bezet te houden. De oude woning is via een glazen gang verbonden met de in 2006/07 gerealiseerde nieuwbouw. Hier is ook Café Roosenburgh gevestigd. Via het café kan men het museum betreden. Museum Tot Zover huurt de museumruimte en het kantoor van De Nieuwe Ooster. Museum Tot Zover prijst zich gelukkig met de huisvesting die groter is dan men in de jaren 1990 had voorzien. Desalniettemin is er ruimtegebrek. Over de museale ruimtes en het depot is hierboven al gesproken, maar ook het kantoorpersoneel is klein behuist. Er is weinig opslagruimte en de bibliotheek heeft weinig ruimte voor uitbreidingen. Plannen voor uitbreiding of huur van extra ruimte zijn er niet, wel heeft De Nieuwe Ooster opslagruimte ter beschikking gesteld. Het is de bedoeling dat hier een deel van de bibliotheekcollectie onderdak vindt. Voor 2020 wordt een plan voor een kleine uitbreiding van het museum voorzien.

Het museum heeft een gebruikersvergunning. Noodverlichting, nooduitgangen, vluchtroutes en blusmiddelen worden jaarlijks gecontroleerd. Er is een contract met G4S voor het alarm met Devision als meldkamer. Het alarm is in beheer bij een erkende installateur. De bedrijfshulpverlening valt onder die van De Nieuwe Ooster. Het bedrijfshulpverleningsplan (BHV-plan) is gereed in 2017.

Museum Tot Zover werkt met een bestuursmodel, waarbij het bestuur de jaarlijkse begrotingen, jaarplannen, jaarverslagen en jaarrekeningen beoordeelt. Zij werkt zoveel mogelijk volgens de principes van de Code Cultural Governance, waarbij als kleine organisatie de regel 'pas toe of leg uit' wordt gehanteerd.

Het **Bestuur** bestaat uit personen met verschillende competenties en netwerken:

- De heer drs. E. Doeve, algemeen directeur Coöperatie DELA (voorzitter)
- De heer N.W. de Boer RA RE RC, directeur Financiën & Informatiemanagement Yarden Uitvaartverzorging (penningmeester)
- De heer drs. A.J.A. Wiechmann, oud-directeur Monuta Holding en Van Ameyde Benelux (secretaris)
- Mevrouw L.E. Damhuis, eigenaar-directeur Bogra B.V.
- Mevrouw J. Koningh, voorzitter van het Comité Herdenking Februaristaking, oud-voorzitter van het Amsterdamse stadsdeel Oost/Watergraafsmeer
- Mevrouw A. Vink, directeur begraafplaats Buitenveldert

Er is een **Raad van Advies** waarin bijvoorbeeld experts op het gebied van funeraire geschiedenis en rituelen zitting hebben. De hoofdsponsors hebben ook recht op een zetel in de Raad. De leden zijn:

- De heer R. Bavelaar, directievoorzitter Yarden Uitvaartverzorging
- De heer dr. W.P.R.A. Cappers, funerair historicus
- De heer J. Enklaar, adjunct-hoofd afdeling Interne en Externe Communicatie AMC, voorzitter bestuur Stichting De Eenzame Uitvaart
- De heer G.J. de Heer, directievoorzitter Monuta Holding N.V.
- De heer J.M.H.J. Keizer, bestuursvoorzitter 'de Facultatieve Groep' en voorzitter Hoofdbestuur VVD
- Mevrouw drs. A. Krabben, journalist, hoofdredacteur De Begraafplaats
- De heer prof. dr. P.G.J. Post, Hoogleraar Tilburg School of Humanities, Department of Culture Studies

Museum Tot Zover kent ook een **Comité van Aanbeveling**. De leden hiervan staan achter de doelstellingen en aanpak van Museum Tot Zover en steunen de organisatie met hun naam. De leden zijn:

- De heer prof. dr. Herman Pleij, hoogleraar Historische Nederlandse Letterkunde, Universiteit van Amsterdam
- De heer Ernst W. Veen, voormalig directeur Hermitage Amsterdam en De Nieuwe Kerk Amsterdam
- De heer mr. F. de Zeeuw, directeur nieuwe markten Bouwfonds Wonen B.V.

Er wordt gezocht naar versterking van Bestuur, Raad van Advies en Comité van Aanbeveling vanuit de culturele en dan vooral uit de museale wereld.

## **Personeel**

De formatie met 2,0 fte aan stafleden, zoals de situatie thans is, is te weinig voor de ambities van het museum. Het feit dat het museum zes dagen per week geopend is, het organiseren van tentoonstellingen en evenementen, het beheer van de collectie, de vrijwilligersorganisatie, de promotie van het museum en het opzetten van een goed educatiebeleid, vereisen een organisatie die groter is dan de huidige.

In 2009 heeft organisatieadviseur Brenda de Meere onderzoek gedaan naar de organisatie. Het onderzoek ('Twaalf weken Tot Zover') werd op 15 juli 2009 gepresenteerd. De adviseur deed aanbevelingen. Mevrouw De Meere pleitte vooral voor een sterke verantwoordelijke voor de vrijwilligers. Haar aanbevelingen werden grotendeels overgenomen en al enige jaren is er een ervaren Hoofd Interne Zaken, die zorgt voor stabiliteit en rust onder de vrijwilligers.

Op dit moment zijn er drie betaalde stafleden: directeur (0,8 fte), conservator presentaties (0,5 fte) en hoofd interne zaken (0,4 fte). Directeur en conservator presentaties zijn in vaste dienst; het hoofd interne zaken heeft een overeenkomst als zzp-er. Er is daarnaast een suppoost voor in het weekend (0,3 fte). Er wordt geen cao gevolgd. De conservator was oorspronkelijk in dienst voor 0,8 fte en was algemeen conservator. Door ziekte is zij helaas gedwongen minder te werken en haar functie is daarom aangepast.

Dringend gewenst is een medewerker Marketing & Communicatie (0,5 fte) met eigen budget. Met zo'n medewerker kan het museum echt werk maken van promotie. De sociale media en de website kunnen beter worden ingezet. Ook kan er meer gedaan worden aan het onderhouden van de relatie met sponsors en donateurs. En nu het museum werk maakt van educatie en het kenniscentrum is een speciale, vaste medewerker (0,5 fte) hiervoor onontbeerlijk. Deze actualiseert de website, beheert het webplatform, werft scholen, promoot de lespakketten en is aanspreekpunt voor de scholen en andere vragen en verzoeken die de kennisinhoud betreffen.

Museum Tot Zover heeft met 2,0 fte al zeer veel bereikt. De relatief bescheiden toevoeging van 1 fte zal een geweldige impact hebben.

Vrijwilligers krijgen een reiskostenvergoeding en korting op artikelen uit de museumwinkel. Drie keer per jaar is er een gezamenlijk diner voor de cafévrijwilligers en er is een personeelsuitje. Het jaarlijkse kerstdiner is voor alle vrijwilligers en betaalde krachten.

### Doelen:

1. In 2020 ligt er een plan voor een **kleine uitbreiding** van de expositieruimten, met financiële onderbouwing door externe financiers.
2. In 2017 wordt **opslagruimte** van De Nieuwe Ooster in gebruik genomen voor een deel van de bibliotheek.
3. In 2017 is zowel het **Bestuur als de Raad van Advies** versterkt door toetreding van leden vanuit de culturele/museale sector.
4. Vanaf 2017 is een **medewerker Marketing & Communicatie** (0,5 fte) in dienst.
5. Vanaf 2017 is een **medewerker Educatie & Kenniscentrum** (0,5 fte) in dienst.
6. De pool **vrijwilligers** (45) blijft constant en weet zich verbonden met het museum d.m.v. aandacht, reiskostenvergoeding, gezamenlijke diners, personeelsuitje en kleine attenties.

## 4.7

### 4.7 FINANCIËN 2017-20

#### INKOMSTENMIX

## Sponsors

Museum Tot Zover wordt vooral gefinancierd door sponsors. Van de huidige financiering (2016) is 87% afkomstig van sponsors, verdeeld over vijf hoofdsponsors en zeven kleinere sponsors. Entree, winkel en donateurs zorgen voor de resterende 13%. Het is uniek te noemen dat bedrijven die elkaars concurrenten zijn, ons eendrachtig sponsoren. De sponsorrelaties gaan in de meeste gevallen ook al heel wat jaren terug. Verschillende organisaties steunen het museum al sinds verschillende jaren voor de opening. De sponsors zijn tevreden met de koers van het museum. Het museum maakt regelmatig gebruik van de expertise van enkele van de hoofdsponsors. Ook kunnen wij het netwerk van de hoofdsponsors en sponsors (bijvoorbeeld enkele duizenden personeelsleden en ruim drie miljoen verzekerden) bereiken. Wij zien nu wel dat de grens is bereikt; verdere uitbreiding van het totaal aantal sponsors is niet realistisch. Het is al een prestatie dat we bedrijven bereid hebben gevonden exploitatiekosten te sponsoren, want dat blijft in de culturele sector een probleem; voor kortlopende projecten is het gemakkelijker financiering te vinden. Museum Tot Zover zet daarom in op het bestendigen van de huidige sponsorrelaties en een beter gebruik van het gigantische netwerk van vooral de uitvaartverzekeraars. Zodra Museum Tot Zover een Museumregistratie heeft (en een plaats in het Kunstenplan van de gemeente Amsterdam heeft verworven...), wordt contact gezocht met de Bankgiroloterij met het verzoek Tot Zover in de groep van beneficianten op te nemen. Dit garandeert een sponsoring van vijf jaren. Als dit te hoog gegrepen is, wordt hen een eenmalige bijdrage verzocht voor de uitbreiding van het gebouw in 2020/21.



De Grote Zaal tijdens Post Mortem, 2015/16

## Donateurs

Het aantal donateurs in 2016 bedraagt 55. Hiervan zijn 37 bedrijfsdonateur met bedragen tussen de € 50 en € 2.200. Het restant bestaat uit particulieren die tussen € 12,50 en € 100 betalen. Het is verstandig het aantal donateurs uit te breiden. Eerdere campagnes waren succesvol maar kostten veel tijd. Een medewerker marketing & communicatie kan dit structureel oppakken. Overigens gaat het niet alleen om werving maar ook om binding; we willen de donateurs vasthouden. We willen een groei van het aantal donateurs van 55 in 2016 naar 100 in 2020. Het totaalbedrag dat hiermee wordt binnengebracht, groeit van € 14.870 in 2016 naar € 16.500 in 2020.



### Eenmalige Subsidies

Voor de periode 2017-2020 wordt voorzien in het verkrijgen van eenmalige subsidies van in totaal € 280.000 voor de tijdelijke tentoonstellingen en de randprogrammering. Alleen de tentoonstelling met Boltanski is hier niet in betrokken. Dit project is nog onzeker en zal, als het doorgaat, enkele tonnen gaan kosten.

### Overige inkomsten

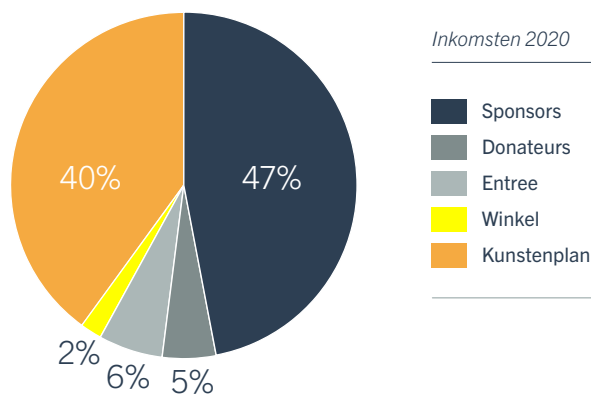
Door extra inzet op marketing verwachten we ieder jaar een stijging in het aantal bezoekers van 15%. Uiteraard stijgen de inkomsten uit entree en winkel dan procentueel mee. Er zijn geen inkomsten uit horeca of zaalverhuur, omdat De Nieuwe Ooster verantwoordelijk is voor inkoop en investeringen van Café Roosenburgh. De opbrengsten gaan uiteraard ook naar de gemeentelijke begraafplaats.

### De inkomstenmix

Voor wat betreft de exploitatie is er op dit moment een grote afhankelijkheid van de sponsors (87%). Dit hoeft geen probleem te zijn, want het totaal is verdeeld over twaalf partijen, dus het risico is gespreid. Zoals hierboven gezegd heeft het museum echter wel de grenzen bereikt en is er behoefte aan verruiming van de financiële middelen.

Met een subsidie van € 150.000 van de gemeente Amsterdam wil Museum Tot Zover de mix aan inkomsten verrijken en een einde maken aan de eenzijdige afhankelijkheid van de sponsorinkomsten. In 2020 zou het aandeel van de sponsorbedragen gedaald moeten zijn van 87% naar 47%. In het totaal zou het museum dan nog altijd 60% van de inkomsten zelf genereren, iets wat maar weinig musea kunnen zeggen. Uit het Kunstenplan 2017-20 komt de resterende 40%. De omzet exclusief projecten zou dan stijgen van € 211.570 in 2016 tot € 372.000 in 2020.

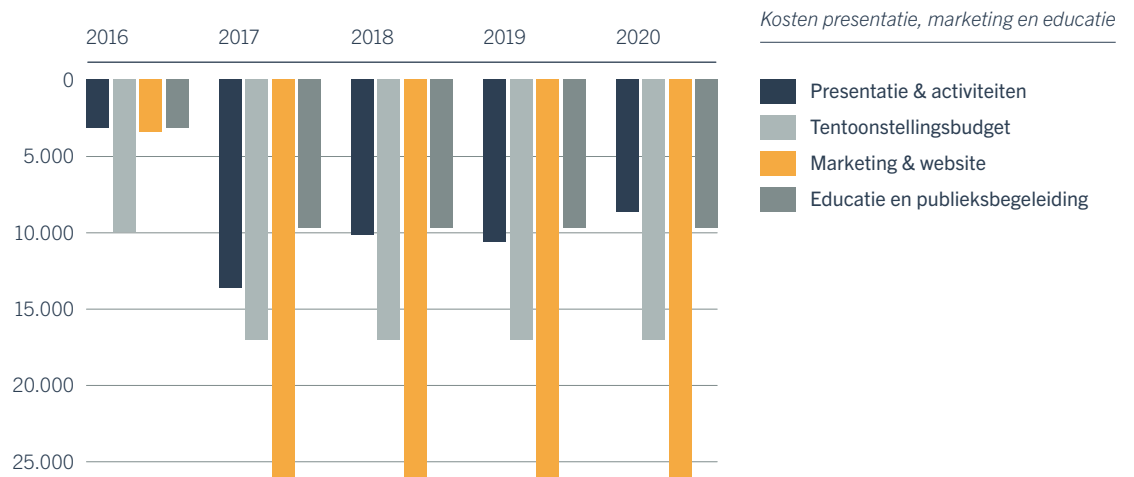
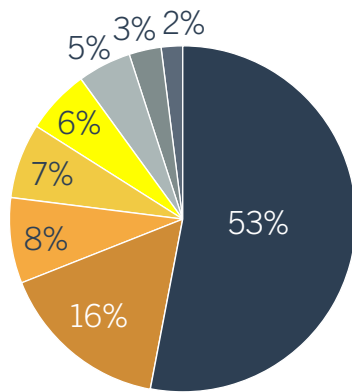
### UITGAVEN / TOELICHTING OP DE BEGROTING



### Het budget

Op dit moment gaat 64% van het budget naar personeel en 15% naar huisvesting en onderhoud. Er is weinig budget voor presentatie/collectie, marketing en educatie/kenniscentrum, namelijk slechts € 12.700 voor presentatie/collectie (incl. eigen tentoonstellingsbudget), € 3.300 voor marketing inclusief de website, en niets voor educatie/kenniscentrum. In 2017 zou dit verbeterd moeten zijn met € 30.500 voor presentatie/collectie/tentoonstellingen, € 26.000 voor marketing en website, en € 4.000 voor educatie/kenniscentrum – en daar komen nog de salariskosten voor de nieuwe medewerkers Marketing & Communicatie en Educatie & Kenniscentrum bij. De jaren erna blijft deze lijn min of meer gelijk, al vallen de kosten voor presentatie iets lager uit omdat er in 2017 een inhaalslag wordt gemaakt.

Met deze bedragen, alhoewel bescheiden voor een gemiddeld klein museum, kan Museum Tot Zover zijn museale taken naar behoren vervullen. Dit betekent vooral op het gebied van marketing significante verbetering, maar ook op het gebied van de kleinere begrotingsposten. Zo krijgt het praktisch afwezige budget voor de vaste presentatie (€ 1.500 in 2016), wat bestemd is voor allerlei zaken zoals vervanging defecte techniek, het presenteren van aanwinsten en dergelijke, een impuls vanaf 2017. Na het maken van een inhaalslag (€ 9.500 in 2017) komt het op een voor ons als klein museum acceptabel niveau van € 4.500 in 2020. De grootste stijgingen in de begroting 2017-20 zitten in personeelskosten, het marketingbudget, het hogere eigen budget voor tijdelijke tentoonstellingen, het onderhoud van de nieuwe website en educatie.



#### Doelen:

1. De totale **sponsorbijdrage** blijft constant in de periode 2017-20.
2. Museum Tot Zover is beneficiant van de **Bankgiroloterij** in 2020.
3. Het aantal **donateurs** groeit naar 100 in 2020 met een totale bijdrage van € 16.500.
4. De **eigen inkomsten** van het museum zijn in 2020 59% (exclusief eenmalige bijdragen van derden).
5. In de periode 2017-20 wordt € 275.000 verkregen aan eenmalige subsidiering door **cultuur- en vermogensfondsen**.
6. De inkomsten uit **entree en winkel** stijgen tot 2020 met 15%.
7. Met een bijdrage van de **gemeente Amsterdam** wordt de inkomstenmix 2017-20 gevarieerder en daarmee stabiel.
8. Het budget voor **marketing & website** is vanaf 2017 € 26.000 jaarlijks (excl. kosten medewerker).
9. Het budget voor de **vaste presentatie** is vanaf 2017 verhoogd tot € 13.500 in 2017 in verband met enkele aanpassingen. Dit wordt daarna verlaagd tot € 8.500 in 2020.
10. Het budget voor **tijdelijke tentoonstellingen** is vanaf 2017 € 17.000 jaarlijks.
11. Het budget voor **educatie en publieksbegeleiding** is vanaf 2017 € 9.600 (excl. kosten medewerker).

2015



*Post Mortem – foto's vol liefde en verdriet*  
2 november 2015 t/m 10 april 2016

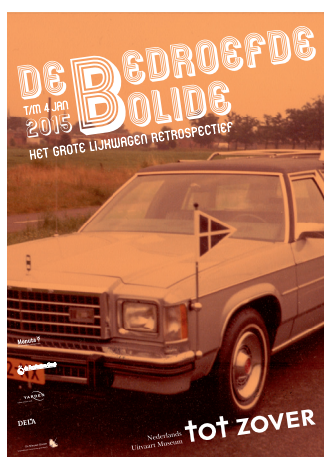


*De Vogelvanger: beeldessays over suicide en preventie*  
25 juni 2015 t/m 4 oktober 2015



*Het egeltje onder de oude boom*  
1 maart t/m 31 mei 2015

2014



*De Bedroefde Bolide – het grote lijkwagen retrospectief*  
25 augustus 2014 t/m 8 maart 2015

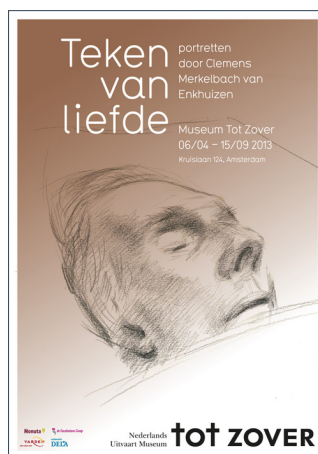


*Doodgewoon*  
1 november 2014 t/m 22 februari 2015

2013



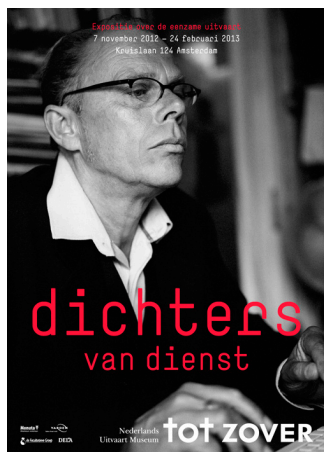
*The Pixelated Revolution*  
19 december 2013 t/m 8 juni 2014



*Teken van liefde*  
6 april t/m 15 november 2013



2011/12



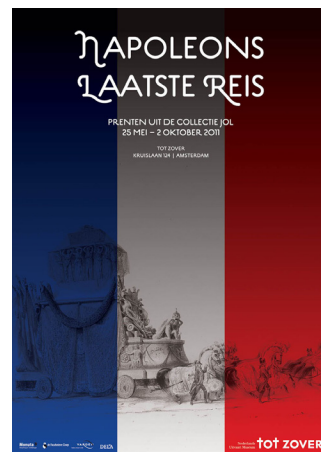
*Dichters van dienst*

7 november 2012 t/m 24 maart 2013



*Afterlife – kunst over de eindbestemming*

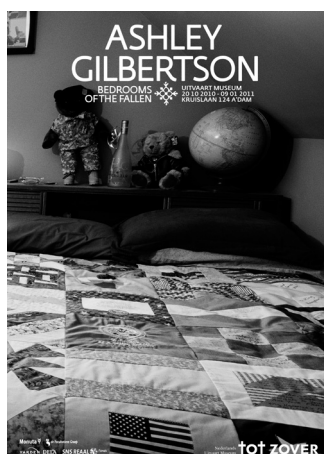
3 november 2011 t/m 9 september 2012



*Napoleons laatste reis - prenten uit de collectie Jol*

25 mei t/m 2 oktober 2011

2010



*Ashley Gilbertson – Bedrooms Of The Fallen*

20 oktober 2010 t/m 27 februari 2011



*Paul Fusco – Funeral Train*

8 juni t/m 26 september 2010



*Seiichi Furuya – Trace Elements*

22 januari t/m 16 mei 2010

2008/09



*Tania Theodorou – De dubbelzinnigheid van het einde / Contemplations on the Ambiguous Nature of the End*

12 juni t/m 13 december 2009



*Pauline Prior – De Kabbala-graven van Safed*

26 juni t/m 12 oktober 2008



*Carolyn Reichert en Claudi Kessels – Meneer G.*

28 maart t/m 15 juni 2008

15-7-2008

Een erg mooi museum over een niet alledaags iets waar je mee bezig bent. Vooral de verschillende rituelen van geloven zijn erg boeiend, evenals de gebruiken uit het verleden (wat ze al niet deden met haar...). De audiotour – ook buiten – is echt geweldig; zowel qua info als techniek.

29-5-2009

Ik werd raar aangekeken toen ik vertelde naar het uitvaartmuseum te gaan. Maar leven hoort bij dood en dood hoort bij het leven. Een geweldig initiatief dus dit museum. Veel informatie en mooie wandelroute buiten. Ik wens jullie veel bezoekers toe. (Nel B.)

10-8-2010

Een zeer mooi museum en een indrukwekkende mooie fotoreportage. We zijn twee zusjes van 23 en kwamen om de urn van Lonneke te bekijken en niet alleen de urn heeft indruk gemaakt, maar het gehele museum. We vinden het museum en de begraafplaats(park) het mooiste stukje Amsterdam wat er is! (Linda en Marjolein)

24-9-2010

Zeer ontroerend, de Paul Fusco foto's. Een prachtig tijdsbeeld. Hoopgevend, zoveel verbroedering. (Helma)  
De eenzame dood raakte mijn hart. Hoop dat andere 'huizen des doods' deze liefdevolle weg hebben overgenomen. Dank, voor dit mooie indrukwekkende museum. Ben nu dichterbij de werkelijkheid, geïnspireerder naar de laatste momenten! (Jeanette K.)

16.09.2015  
ONTROEREND MOOI. DE VOGELVANGER BRENGT EEN  
ZEER INTIEME KIJK IN DAT WAT SCHUILGAAT  
ACHTER ZELFDODING. HET ZOU MOOI ZIJN ALS DE  
TENTOONSTELLING OP TOERNE ZOU GAAN ZODAT MEER  
MENSEN ER KENNIS VAN KUNNEN NEMEN.  
KLAASJAN

18-12-2013

Prachtige, indrukwekkende tentoonstelling. De beelden zijn krachtiger dan wat ons vaak door de media wordt gebracht. Interessant om te denken over de hyperrealiteit van de dood.  
Bedankt, Marthe en Evelien.

24-6-2015

Tot Zover –  
met taboe,  
met stilte,  
met en over zelfmoord. - Tot Ziens!  
Jan Mokkenstorm, op een historische dag voor de preventie van suïcide.

21-7-2015

Erg indrukwekkende en bijzondere tentoonstelling met veel persoonlijke verhalen. Het heeft een grote impact op ons gehad. (studenten Hogeschool Utrecht Maatschappelijk Werk)

28-7-2015

Wow! This museum is like nothing we've ever seen before! The suicide exhibition was very interesting. (Clair & family – San Francisco, CA USA)

5-8-2015

Het stoort mij dat er over zelfmoord gesproken wordt. Zelfdoding klinkt voor mij zachter!  
Fijn dat er nu aandacht geschonken is d.m.v. deze presentatie. Aangrijpend. (Janny)



18-8-2015

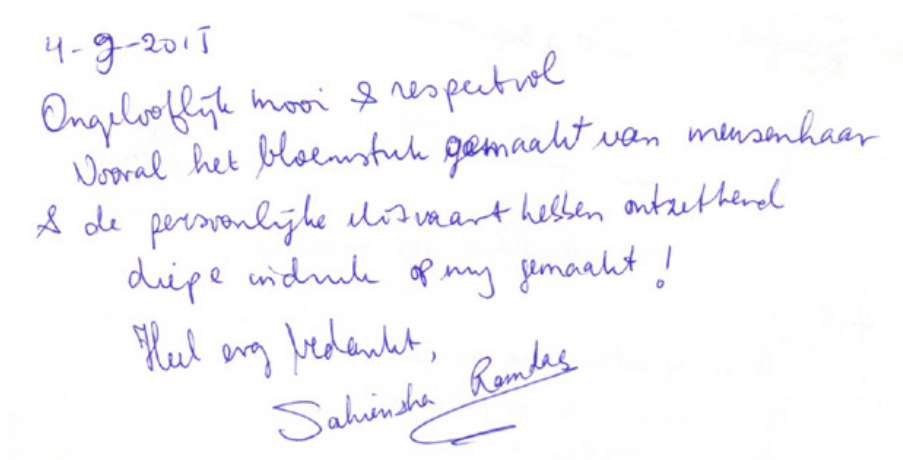
Mooie missie – niet alleen aandacht voor de wanhoop en de troost, maar ook de overtuiging dat echt menselijk contact en goede hulpverlening helpen. Dat raakt mij, vanwege wanhoop van mensen die mij lief zijn, als ervaringsdeskundige en als onderzoeker naar suïcide.

22-8-2015

Ik ben erg blij dat ik toch ben gaan kijken\_ik bedoel de tentoonstelling: er over praten helpt.  
En het is waar. Het helpt de wanhopige mens in de moeilijkste uren.  
Sluit je niet af, sluit je niet op.  
Het helpt de nabestaanden.  
Woorden zoeken waar je meende ze niet te hebben.  
Maar wat een wonderen verrichten oprechte klankborden.  
Ik wens dat deze tentoonstelling een permanent karakter krijgt. Hier of elders op net zo'n toegankelijke plek en liefdevolle omgeving. Hij is onderdeel van het medicijn.  
Veel meer dus dan een beschouwing erover (Truus K.)

1-9-2015

Thankyou so much for a museum that focuses on death. It's such an important part of life + you are playing a wonderful role in death enlightenment (Bethany)



4-9-2015  
Ongelooflijk mooi & respectvol  
Vooral het bloemstuk gemaakt van mensenhaar  
& de persoonlijke do's waart hebben ontzettend  
diepe indruk op mij gemaakt!  
Heel erg bedankt,  
Sahinsha Ramesh

25-9-2015

Mooie introductie door de vriendelijke suppoost. Geleerd hoe oordelen te laten... (Hans)

29-9-2015

Met wat huiver naar de literaire avond van het museum gekomen – wordt het niet te zwaar? – maar geboeid geluisterd naar alle sprekers en voordrachten: Herkenning, eyeopeners, bevestiging, nadenkers, mooie en trieste verhalen en moed gevende verhalen. Een aanzet tot verbreking van het taboe, het doorbreken van het stigma en het met open vizier benaderen van elkaar. Van mens tot mens en elkaar die handreiking geven en blijven geven. Fijn initiatief en top dat het zonder en toch met Joost Zwagerman doorging. Dank! Het was niet zwaar, niet licht. Het was integer. (Marlies)

# Stichting Nederlands Uitvaartmuseum

## Meerjarenbegroting 2017-20

28/01/2016

## 7.1

**TOTALEN**

|                               | €              | €              | €              | €              |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Omschrijving                  | Budget 2017    | Budget 2018    | Budget 2019    | Budget 2020    |
| Omzet donaties                | 336.000        | 336.500        | 342.000        | 342.500        |
| Omzet entreegelden            | 12.956         | 15.381         | 18.261         | 21.682         |
| Omzet verkopen                | 5.405          | 6.216          | 7.148          | 8.220          |
| <b>Omzet excl. projecten</b>  | <b>354.361</b> | <b>358.097</b> | <b>367.409</b> | <b>372.402</b> |
| Kosten verkopen               | 1.950          | 2.050          | 2.150          | 2.250          |
| <b>Kosten van de omzet</b>    | <b>1.950</b>   | <b>2.050</b>   | <b>2.150</b>   | <b>2.250</b>   |
| <b>BRUTO WINST</b>            | <b>352.411</b> | <b>356.047</b> | <b>365.259</b> | <b>370.152</b> |
| Salariskosten                 | 113.397        | 115.665        | 117.979        | 120.338        |
| Sociale lasten                | 39.506         | 40.296         | 41.102         | 41.924         |
| Uitzendkrachten               | 30.047         | 30.648         | 31.261         | 31.886         |
| Overige personeelskosten      | 21.900         | 21.900         | 21.900         | 21.900         |
| Afschrijvingen                | 800            | 800            | 800            | 800            |
| Marketing                     | 26.000         | 26.000         | 26.000         | 26.000         |
| Educatie & kenniscentrum      | 9.600          | 9.600          | 9.600          | 9.600          |
| Bestuurskosten                | 1.500          | 1.500          | 1.500          | 1.500          |
| Onderh. & huisvestingskosten  | 49.100         | 51.700         | 54.300         | 56.900         |
| Overige bedrijfslasten        | 28.290         | 28.890         | 29.490         | 30.090         |
| Presentatie & collectie       | 15.500         | 12.000         | 12.000         | 12.000         |
| <b>Kosten excl. projecten</b> | <b>335.640</b> | <b>338.999</b> | <b>345.931</b> | <b>352.938</b> |
| <b>Kosten projecten</b>       | <b>17.000</b>  | <b>17.000</b>  | <b>19.000</b>  | <b>17.000</b>  |
| <b>TOTALE KOSTEN</b>          | <b>352.640</b> | <b>355.999</b> | <b>364.931</b> | <b>369.938</b> |
| <b>Bedrijfsresultaat</b>      | <b>(229)</b>   | <b>48</b>      | <b>328</b>     | <b>214</b>     |
| <b>Interest</b>               | <b>(20)</b>    | <b>(20)</b>    | <b>(20)</b>    | <b>(20)</b>    |
| <b>RESULTAAT</b>              | <b>(209)</b>   | <b>68</b>      | <b>348</b>     | <b>234</b>     |

| BATEN       |                                     | €              | €              | €              | €              |
|-------------|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|             | Omschrijving                        | Budget 2017    | Budget 2018    | Budget 2019    | Budget 2020    |
| 8002        | Omzet hoofdsponsors                 | 131.000        | 131.000        | 131.000        | 131.000        |
| 8003        | Omzet sponsors                      | 40.000         | 40.000         | 45.000         | 45.000         |
| 8005        | Donateurs                           | 15.000         | 15.500         | 16.000         | 16.500         |
|             | Omzet Kunstenplan 2017-20           | 150.000        | 150.000        | 150.000        | 150.000        |
|             | <b>Omzet donaties</b>               | <b>336.000</b> | <b>336.500</b> | <b>342.000</b> | <b>342.500</b> |
| 8010        | Omzet entreegelden                  | 7.670          | 9.127          | 10.861         | 12.925         |
| 8011        | Omzet entree Museumkaart            | 4.366          | 5.196          | 6.183          | 7.357          |
| 8012        | Omzet rondleidingen                 | 920            | 1.058          | 1.217          | 1.399          |
|             | <b>Omzet entree gelden</b>          | <b>12.956</b>  | <b>15.381</b>  | <b>18.261</b>  | <b>21.682</b>  |
| 8030        | Omzet verkoop diversen              | 5.405          | 6.216          | 7.148          | 8.220          |
|             | <b>Omzet verkopen</b>               | <b>5.405</b>   | <b>6.216</b>   | <b>7.148</b>   | <b>8.220</b>   |
|             | <b>TOTAAL OMZET EXCL. PROJECTEN</b> | <b>354.361</b> | <b>358.097</b> | <b>367.409</b> | <b>372.402</b> |
| 7012        | Kosten rondleidingen                | 450            | 450            | 450            | 450            |
| 7030        | Kosten verkopen winkel              | 1.500          | 1.600          | 1.700          | 1.800          |
|             | <b>Kosten verkopen</b>              | <b>1.950</b>   | <b>2.050</b>   | <b>2.150</b>   | <b>2.250</b>   |
|             | <b>BRUTO WINST</b>                  | <b>352.411</b> | <b>356.047</b> | <b>365.259</b> | <b>370.152</b> |
| LASTEN      |                                     |                |                |                |                |
| 4000        | Bruto lonen                         | 116.298        | 118.624        | 120.996        | 123.416        |
| 4004        | Vakantietoeslag                     | 9.304          | 9.490          | 9.680          | 9.873          |
| 4005        | Tegemoetkoming loonkosten           | -12.204        | -12.448        | -12.697        | -12.951        |
|             | <b>Salariskosten</b>                | <b>113.397</b> | <b>115.665</b> | <b>117.979</b> | <b>120.338</b> |
| 4012        | Sociale lasten                      | 26.748         | 27.283         | 27.829         | 28.386         |
| 4016        | Pensioenen                          | 12.757         | 13.012         | 13.273         | 13.538         |
|             | <b>Sociale lasten</b>               | <b>39.506</b>  | <b>40.296</b>  | <b>41.102</b>  | <b>41.924</b>  |
| <b>4160</b> | <b>Uitzendkrachten (0,4 fte)</b>    | <b>30.047</b>  | <b>30.648</b>  | <b>31.261</b>  | <b>31.886</b>  |
| 4105        | Telefoonvergoeding                  | 1.500          | 1.500          | 1.500          | 1.500          |
| 4115        | Representatievergoeding             | 1.000          | 1.000          | 1.000          | 1.000          |
| 4110        | Vaste reiskostenvergoeding          | 4.000          | 4.000          | 4.000          | 4.000          |
| 4150        | Algemene personeelskosten           | 400            | 400            | 400            | 400            |
| 4154        | Consumpties (Café Roosenburgh)      | 1.000          | 1.000          | 1.000          | 1.000          |
| 4155        | Cursussen                           | 2.000          | 2.000          | 2.000          | 2.000          |
| 4165        | Reis- en hotelkosten                | 2.000          | 2.000          | 2.000          | 2.000          |
| 4166        | Reiskosten vrijwilligers            | 5.800          | 5.800          | 5.800          | 5.800          |
| 4167        | Kosten vrijwilligers                | 3.000          | 3.000          | 3.000          | 3.000          |
| 4170        | Representatiekosten                 | 1.200          | 1.200          | 1.200          | 1.200          |
|             | <b>Overige personeelskosten</b>     | <b>21.900</b>  | <b>21.900</b>  | <b>21.900</b>  | <b>21.900</b>  |
|             | <b>TOTAAL PERSONEELSKOSTEN</b>      | <b>174.803</b> | <b>177.861</b> | <b>180.980</b> | <b>184.162</b> |

| LASTEN        |                                             | €              | €              | €              | €              |
|---------------|---------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|               | Omschrijving                                | Budget 2017    | Budget 2018    | Budget 2019    | Budget 2020    |
| 4220          | Afschrijving techniek audio en licht        | 800            | 800            | 800            | 800            |
|               | <b>Afschrijvingen</b>                       | <b>800</b>     | <b>800</b>     | <b>800</b>     | <b>800</b>     |
| 4400          | Marketing                                   | 20.000         | 20.000         | 20.000         | 20.000         |
| 4440          | Website                                     | 6.000          | 6.000          | 6.000          | 6.000          |
|               | <b>Marketing</b>                            | <b>26.000</b>  | <b>26.000</b>  | <b>26.000</b>  | <b>26.000</b>  |
| 4441          | Educatie                                    | 4.000          | 4.000          | 4.000          | 4.000          |
| 4725          | Kosten boeken kenniscentrum                 | 800            | 800            | 800            | 800            |
| 4730          | Abonnementen                                | 2.800          | 2.800          | 2.800          | 2.800          |
|               | Funeraire Academie incl expert-meeting      | 2.000          | 2.000          | 2.000          | 2.000          |
|               | <b>Educatie &amp; kenniscentrum</b>         | <b>9.600</b>   | <b>9.600</b>   | <b>9.600</b>   | <b>9.600</b>   |
| 4660          | Reis- hotelkosten bestuur                   | 500            | 500            | 500            | 500            |
| 4670          | Overige kosten bestuur                      | 1.000          | 1.000          | 1.000          | 1.000          |
|               | <b>Bestuurskosten</b>                       | <b>1.500</b>   | <b>1.500</b>   | <b>1.500</b>   | <b>1.500</b>   |
| 4600          | Huur museumgebouw                           | 18.000         | 19.000         | 20.000         | 21.000         |
| 4601          | Huur depot Leek                             | 11.000         | 12.000         | 13.000         | 14.000         |
| 4615          | Schoonmaakkosten                            | 400            | 400            | 400            | 400            |
| 4616          | Geluid- en audioapparatuur                  | 1.000          | 1.000          | 1.000          | 1.000          |
| 4620          | Beveiligingskosten                          | 3.100          | 3.200          | 3.300          | 3.400          |
| 4630          | Meubilair en inventaris (incl. onderhoud)   | 2.000          | 2.000          | 2.000          | 2.000          |
| 4640          | Energie (gas, electra, water)               | 13.000         | 13.500         | 14.000         | 14.500         |
| 4625          | Gemeentebelastingen                         | 600            | 600            | 600            | 600            |
|               | <b>Onderhoud &amp; huisvestigingskosten</b> | <b>49.100</b>  | <b>51.700</b>  | <b>54.300</b>  | <b>56.900</b>  |
| 4611          | Huishoudelijke artikelen                    | 150            | 150            | 150            | 150            |
| 4612          | Restauratieartikelen                        | 700            | 700            | 700            | 700            |
| 4700          | Kantoor- computerartikelen                  | 2.000          | 2.500          | 3.000          | 3.500          |
| 4720          | Drukwerk                                    | 800            | 800            | 800            | 800            |
| 4800          | Telefoonkosten                              | 2.400          | 2.400          | 2.400          | 2.400          |
| 4820          | Porto                                       | 1.600          | 1.600          | 1.600          | 1.600          |
| 4840          | Accountantskosten                           | 6.400          | 6.500          | 6.600          | 6.700          |
| 4848          | Administratiekosten                         | 850            | 850            | 850            | 850            |
| 4850          | Verzekeringen                               | 2.000          | 2.000          | 2.000          | 2.000          |
| 4853          | Automatiseringskosten                       | 8.000          | 8.000          | 8.000          | 8.000          |
| 4870          | Overige kosten                              | 2.000          | 2.000          | 2.000          | 2.000          |
| 4872          | Fondsenwerving, sponsorrelaties             | 1.000          | 1.000          | 1.000          | 1.000          |
| 4930          | Bankkosten                                  | 350            | 350            | 350            | 350            |
| 9100          | Rekenverschillen                            | 40             | 40             | 40             | 40             |
|               | <b>Overige bedrijfslasten</b>               | <b>28.290</b>  | <b>28.890</b>  | <b>29.490</b>  | <b>30.090</b>  |
| <b>TOTAAL</b> | <b>BEDRIJFSLASTEN EXCL PROJECTEN</b>        | <b>290.093</b> | <b>296.351</b> | <b>302.670</b> | <b>309.052</b> |

(vervolg volgende bladzijde)



(vervolg 7.3 Kosten 2)

|               |                                      |                |                |                |                |
|---------------|--------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 4862          | Kosten vaste presentatie             | 11.000         | 7.000          | 7.000          | 7.000          |
| 4865          | Depotmateriaal, kleine restauraties  | 1.500          | 1.500          | 1.500          | 1.500          |
| 4866          | Collectievorming                     | 500            | 500            | 500            | 500            |
|               | Overige kosten                       | 2.500          | 3.000          | 3.000          | 3.000          |
|               | <b>PRESENTATIE &amp; COLLECTIE</b>   | <b>15.500</b>  | <b>12.000</b>  | <b>12.000</b>  | <b>12.000</b>  |
| 4871          | Tentoonstellingsbudget               | 17.000         | 17.000         | 19.000         | 17.000         |
|               | <b>TOTAAL PROJECTEN</b>              | <b>17.000</b>  | <b>17.000</b>  | <b>19.000</b>  | <b>17.000</b>  |
| 4910          | Rente banken                         | -20            | -20            | -20            | -20            |
|               | <b>TOTAAL RENTE</b>                  | <b>(20)</b>    | <b>(20)</b>    | <b>(20)</b>    | <b>(20)</b>    |
| <b>TOTAAL</b> | <b>BEDRIJFSLASTEN INCL PROJECTEN</b> | <b>307.073</b> | <b>313.331</b> | <b>321.650</b> | <b>326.032</b> |