



BETER
LEVEN MET
De Dood

Beleidsplan 2025-2028

#1 Vooraf	1	#6 Publieksgroepen en participatie	9
		Publieksgroepen	9
#2 Terugblik 2021-2023	2	Publieksparticipatie	9
Heroriëntatie	2	Marketing en publiekscommunicatie	10
Onderzoek	2	Samenwerkingen	10
Realisering van de doelstellingen	2		
Naam	3	#7 Programmering 2025-2028	11
Hoogtepunten	3	Programmathema's	11
		Vaste presentatie	11
#3 Missie, visie, kernwaarden en motto	4	Tentoonstellingen	12
Missie	4	Tot Zover 'Artist in residence' - De Kistkeet	12
Visie	4	Tot Zover expotoolkits - andere locaties	12
Kernwaarden	4	Toelichting tentoonstellingen Tot Zover	13
Motto: Small scale, high impact	4	Onderwijs	14
		Doodgewoon in de klas	14
#4 Strategie	5	Gastles in de klas	14
Strategie	5	Onderwijs in het museum	14
Transitie: Tot Zover en verder	5	Kenniscentrum	15
Belang voor de stad	5	Funeraire Academie	15
Locatie op De Nieuwe Ooster	5	Scriptiedatabase en bibliotheek	15
Locatie elders in stad en land	6	Eigen publicaties	15
Artistiek inhoudelijke koers	6	Sociale verbinding en events	15
Small scale, high impact	6		
Art that cares: heilzame kunst	6	#8 Collectie	16
Sterkte- en zwakteanalyse Tot Zover	7	Een greep uit de collectie:	16
Sterke punten	7		
Kansen	7	#9 Bedrijfsvoering	17
Zwakke punten	7	Organisatiemodel en bestuur	17
Bedreigingen	7	Personeel	18
		Sociale veiligheid en codes	18
#5 Doelen 2025-2028	8	Diversiteit & Inclusie	19
Publieksbereik	8	Huisvesting	19
Digitaal engagement	8		
Impact	8	#10 Financiën	20
Publieksbeleving	8	Donaties	20
		Subsidieaanvraag Kunstenplan 2025-2028	20
		Projectfinanciering	20



Boven: Per 2023 een nieuw, gezamenlijk bord aan het hek van de Nieuwe Ooster aan de Middenweg.
Voorblad: 'Strike a pose' in een doodskist – een populair onderdeel tijdens Museumnacht.

VOORAF

Tot Zover is het Nederlandse museum over leven en dood in Amsterdam, bekend vanwege spraakmakende tentoonstellingen, impactvolle events en de open benadering van onze omgang met sterfelijkheid. Bij elke activiteit en bij elke tentoonstelling worden deelnemers en bezoekers persoonlijk geraakt of aangezet tot reflectie. Het museum is tevens een netwerk- en kennisinstituut: als penvoerder van de Funeraire Academie houden we een vinger aan de pols van maatschappelijke kwesties en brengen we verschillende stemmen samen, van onderzoekers tot praktijkdeskundigen. Gelegen op het prachtige gedenkpark De Nieuwe Ooster, exploiteren we ook café Roosenburgh. Zo borgt het museum haar functie als gastvrije ontmoetingsplek met een warm onthaal: noodzakelijk met een programmering zo dicht op de huid van de bezoeker.

We leven in turbulente tijden, gezonde reflectie op de dood is urgenter dan ooit. Terwijl ons leven toch zo maakbaar lijkt: terminaal zijn we allemaal. Maar wat doen we als de dood aanklopt? De coronacrisis legde zowel onze kwetsbaarheid als onze veerkracht bloot, maar ook de onmogelijkheden van een maatschappij en een cultuur die op slot worden gezet.

Er is nog altijd een taboe of een angst om over de dood te spreken, terwijl uit onderzoek blijkt dat het helpt om dat gesprek juist wel aan te gaan. Sterker nog: de dood wakkert de vitaliteit van leven aan. Besef van eindigheid scherpt onze benadering tot levenskeuzes, zin en liefde. Tot Zover is bij uitstek een plek waar bezinning en creativiteit centraal staan. We slaan bruggen tussen erfgoed, kennis- en kunst disciplines, nieuwe doelgroepen en communities. Tot Zover is klein van opzet maar groots in levensvragen, en typeert zichzelf als een museum van het gevoel, dicht op de huid van de samenleving.

Tot Zover heeft zichzelf de afgelopen periode kritisch geëvalueerd, gesproken met diverse stakeholders en extern advies ingewonnen. Dit heeft geresulteerd in een gewijzigde – of beter radicaal verscherpte – aanpak die in dit beleidsplan te lezen is.

De recente toezegging voor een meerjarige fondstoekenning per 2024 maakt personeelsuitbreiding mogelijk – van 3,35 fte naar 5,0 fte. Zo krijgt het ambitieuze team van Tot Zover ademruimte en slagkracht bij de ontwikkeling van een vitale toekomstvisie, bij verdere professionalisering en bij inspirerende programmering. De beleidsperiode 2025-2028 staat in het teken van aanscherpen, voortzetten en versterken. Daarom vragen we een hoger bedrag voor de jaren 2025-2028. Volledige honorering van de AFK-aanvraag maakt groei naar 5,7 fte mogelijk met een hoger budget voor tentoonstellingen en publieksbereik. Via social media kunnen we een jongere doelgroep beter bereiken en de waardevolle presentatie beter ontsluiten.

In de programmering staat de bezoekersbeleving meer dan ooit centraal. We willen mensen raken en persoonlijk betrekken bij alles wat we doen. Persoonlijke verhalen en participatie zijn belangrijker dan het beschrijven van fenomenen. Daarbij vertrekken we vanuit het idee dat sterven en rouwen geleefde, belichaamde en concrete gebeurtenissen zijn voor mensen. Deze mensen hebben zeer uiteenlopende, grillige, ambivalente, zoekende en vaak ook zeer betekenisvolle ervaringen met de dood.

Beter leven met de dood betekent dat we ruimte scheppen voor zulke betekenissen en verhalen. Tot Zover biedt die ruimte, en meer. Dit komt terug in de volgende steekwoorden die de meetlat vormen waarlangs onze programmering wordt gelegd: inspireren, leren, raken. Dit doen we op een liefdevolle manier én met lef.

Guus Sluiter

Directeur Museum Tot Zover
Amsterdam, 14 januari 2024



Bezoekers steken een kaarsje op bij de Verliesmuur van Verlieskunst – een tijdelijke installatie in 2023.

HERORIËNTATIE

De zwaktes van de organisatie werden de afgelopen jaren duidelijk. Museum Tot Zover had het zwaar tijdens corona. Voor de hele culturele sector was het een moeilijke tijd, maar Tot Zover kreeg geen coronasteun en we misten de inkomsten uit café, museum en winkel. Ook werd de ingezette bezoekersgroei gestopt en deze kwam in 2022 maar moeizaam weer op gang. Wat ook speelt is de omvang van de organisatie: die is klein en er wordt feitelijk te veel gedaan, omdat staf en bestuur nu eenmaal veel passie en ambities hebben. De mismatch tussen formaat en dubbel-functie is iets wat de AFK-adviescommissie eerder ook al signaleerde: de omvangrijke programmering en het ambitieniveau strookt niet met eerdere ervaring en de geringe personele bezetting: de staf dreigde te bezwijken onder de werklust. Ook stond de relatie met De Nieuwe Ooster onder druk.

Vanaf 2021 is begonnen met een strategische heroriëntatie om het museum – financieel en organisatorisch – van een steviger fundament te voorzien. Met externe adviseurs is gekeken naar de kwaliteiten van de organisatie als museum en als kenniscentrum. Er vond een grondige inventarisatie plaats van de financiële mogelijkheden binnen de uitvaartbranche en elders. Diverse scenario's zijn doorgerekend en vertaald in aangepaste visie, doelstellingen en fundraisingopties. Verschillende cultuuradviseurs legden de inhoudelijke koers en het marketingcommunicatie-beleid onder de loep: wat is er werkelijk nodig om het publieksbereik te vergroten? Waar zit onze kracht? Welke zwaktes dienen aangepakt? Opschaling van publieksbereik is cruciaal voor ons voortbestaan, net als het versterken van de personele organisatie. Over deze twee thema's is uitvoerig en zelfkritisch gesproken binnen bestuur, staf en achterban.

De relatie met begraafplaats De Nieuwe Ooster is van groot belang. De huidige directeur en het stadsdeelbestuur zien de meerwaarde van het museum en café voor grafbezoekers en voor het imago van het gedenkpark en stelt zich positief en meewerkend op in lopende gesprekken over de invulling van samenwerking op de langere termijn. Door Tot Zover georganiseerde culturele activiteiten op het park zijn weer toegestaan, denk aan de rondleidingen voor scholen, de ONTROERTOER door PJ Roggeband en de Museumnacht. Het plaatsen van een gezamenlijke bewegwijzering aan de Middenweg in 2023 staat symbool voor de nieuwe verstandhouding. (zie foto bij inhoudsopgave).

ONDERZOEK

Ter voorbereiding van dit beleidsplan heeft Museum Tot Zover onderzoek uitgevoerd naar zowel de positionering, het publieksbereik en de marketing- en communicatiestrategie. Een deel van de AFK-bijdrage was hiervoor geoormerkt. Het museum heeft kritisch naar zichzelf gekeken met behulp van

een zelfevaluatie, een SWOT-analyse en verschillende sessies op bestuurs-, MT- en afdelingsniveau.

Het museum heeft zijn uitvaartgerelateerde en maatschappelijke achterban geconsulteerd en gesprekken gevoerd met diverse experts, ook buiten het vakgebied, onder wie organisatieadviseur Paul Looijmans, corporate marketingdeskundige Martin Kersbergen, cultuuradviseurs Eerde Hovinga, Karin Sommerer en Johan Idema. Ook is gesproken met onze raad van advies en de leden van ons nieuwe comité van aanbeveling: Gerdi Verbeet, Ann Demeester, Ageeth Ouwehand, Job Cohen. Tot slot heeft het museum gebruikgemaakt van marktonderzoeken, museum development- and participation-modellen en is er grondig gereflecteerd op de Code Diversiteit & Inclusie, de Governance Code Cultuur en de Fair Practice Code.

REALISERING VAN DE DOELSTELLINGEN

Ondanks de lastige periode die achter ons ligt, wist het museum zich aan te passen, bleef het kansen zien en wist het betekenisvolle bezoekerservaringen te bieden.

- Dankzij een toegankelijke en gevarieerde programmering is het aantal bezoekers op locatie gestegen naar gemiddeld 5500 per jaar (5000 in 2020). Museumbezoek, tentoonstellingen en activiteiten worden door het publiek en pers hoog gewaardeerd. De gestelde doelstelling van 8000 is niet gehaald, wegens o.a. corona en budgettekort.
- *Doodgewoon in de klas*, het online educatieprogramma dat leerlingen spelenderwijs leert omgaan met dood en afscheid, groeide naar 5500 leerlingen (doelstelling: 4000 in 2024). Het aantal ambassadeurs dat landelijk gastlessen verzorgt, groeide naar 100.
- Binnen en buiten het museum zijn jaarlijks ca. 15 activiteiten gerealiseerd, frequent met partners die een eigen doelgroep introduceren. Een greep uit de activiteiten: met Pakhuis de Zwijger organiseerden we *Met de Dood in Huis*, drie avonden over doodsangst, de kunst van het sterven en de impact van rouw. (Ook uitgezonden op AT5.) Er was theater met Daan Bosch, yoga met Barbara Labrie, avonden vol verhalen met Mezrab, de ONTROERTOER (twee seizoenen) met PJ Roggeband en veel koffie- en cakelezingen (o.a. Marli Huijter, Fokke Obbema, Joke Hermsen).
- De vaste presentatie is deels opgefrist. In de Rituelenzaal zijn twee vitrines toegevoegd. In de Rouwkamer (oudbouw) is de kleine, loze ruimte onder de trap naar het kantoor gebruikt om een podium en een vitrine te maken voor onze bijzondere en sterk gegroeide collectie herinneringswerken (kwetsbare haarwerken).
- Vanaf najaar 2023 experimenteren we met een tweede locatie: het tijdelijke beheer van een leegstaand

rouwcentrum van PC Uitvaart op de begraafplaats ('PC Art Paviljoen x Tot Zover'). Filmmakers (Benjamin Francis), toneelgroep (Habitat X) en literaire organisatie SLAA kregen onderdak en begeleiding bij op maat gemaakte producties in een heel bijzonder beladen ruimte. In 2024 is er een pop-up expo waar buurtbewoners met eigen kunst aan bijdragen (open call).

- In het kader van bezoekersbeleving is geëxperimenteerd met publieksparticipatie in de tijdelijke tentoonstellingen. Dit bleek zeer succesvol. Bijvangst: het grote aandeel buitenlandse bezoekers (expats, studenten, toeristen) werd inzichtelijk.
- Het museum speelde actief in op samenwerking en heeft coalities met grotere en kleine instellingen binnen en buiten Amsterdam. Er zijn niet alleen verbindingen gelegd met culturele instellingen maar ook met spelers uit andere maatschappelijke domeinen, zoals onderwijs, de zorg en inburgering: IMC Weekendschool, TUDelft End-of-life lab, Netwerk Palliatieve Zorg Amsterdam-Diemen, Humanistisch Verbond, BOOST, etc.
- De kennis over doodscultuur en rouw is sterk vergroot, evenals het netwerk op dit gebied. De Funeraire Academie vierde haar 10-jarig jubileum met een symposium en startte het multidisciplinair project Mors Neerlandica, over Nederlandse doodstijlen.
- Zestien studenten hebben in de periode 2021-2023 succesvol een onderzoeksproject, stage en/of afstudeerstage bij het museum doorlopen, waarvan twee cum laude.
- Het niveau van collectiebeheer is nipt op peil. Hoewel de collectie grotendeels is geregistreerd in ADLIB heeft de uit vrijwilligers bestaande collectieploeg wel dringend behoefte aan goede aansturing.
- Tot Zover is nog steeds een visitekaartje voor Nederland: diverse delegaties uit het buitenland (Denemarken, Schotland, België, VS) brachten een werkbezoek aan het museum;
- Er is een nieuwe koers ingezet op gebied van museumorganisatie, profilering, marketing en publiek (zie hieronder).
- De eigen inkomsten bedragen 69% van de exploitatiekosten.

NAAM

Staf en bestuur twijfelden al langer over de lange naam: Nederlands Uitvaart Museum Tot Zover. Het woord 'uitvaart' in de naam dekte niet de hele lading en dit woord heeft een negatieve connotatie. Bovendien gaat het museum heel sterk over hoe we leven met de dood. De veranderde koers van het museum gaf het laatste zetje. We houden weliswaar vast aan de merknaam en huisstijl 'Tot Zover' omdat dit langzamerhand toch ingeburgerd is geraakt en nog altijd een mooie vraag in zich draagt. Vanaf 2024 heten we 'Tot Zover, museum over leven en dood'. Verschillende schrijfwijzen zijn mogelijk: 'Museum Tot Zover, over leven en dood', 'Museum Tot Zover' en 'Tot Zover' zijn ook goed. Op affiches wordt de term museum beter leesbaar.

Nederlands
Uitvaart Museum **TOT ZOVER**

Logo van het museum van 2007 tot en met 2023

HOOGTEPUNTEN

Hoogtepunten in 2021-2023:

- De publiekstoppers *herman de vries * vergaan* en thematentoonstelling *Een Lekkere Dood – wat eten we bij afscheid en rouw?*
- *De Grote Uitvaartcake Test* kreeg drie pagina's in de Volkskrant.
- *Kwaadaardig Mooi – Kunstenaars verbeelden kanker*, de expositie die geen enkele presentatie-instelling wilde, kreeg bij Tot Zover een warm tehuis en werd een onverwacht succes met hoge impactscore en een nieuwe doelgroep: patiënten en professionals uit de gezondheidszorg;
- *Overgave* – deze magistrale projectie van Roos van Geffen toonde de troost van veerkracht na corona. 'Zou niet misstaan in het Stedelijk', aldus Het Parool.
- De verwerving en restauratie van *Portret van een overleden meisje*, (ca. 1671) door Nicolaes Maes. Een nieuw topstuk voor het museum en een belangrijke schakel in de Nederlandse herinneringscultuur;
- De restauratie, onderzoek en vernieuwde presentatie van het spectaculaire *Haarboekje Familie de Hoog* (1871). Dit werd mede mogelijk gemaakt door de Vereniging Rembrandt, het Mondriaan Fonds en het Cultuurfonds;
- Museumnacht verbreekt elk jaar bezoekersrecords;
- Naast continuïteit en verbetering bestaande roc-programmering, een geweldig project met roc-business events en roc-brood & banket. Dat smaakt naar meer;
- Schenking eigentijdse designobjecten rondom dood door CUBE verlevendigen de vaste presentatie;
- Publicatie van drie populairwetenschappelijke museum magazines (oplage 1000 – Een Lekkere Dood uitverkocht);
- Meerjarige financiering door Vaillant Fonds vanaf 2024.



Een zwarte historische rouwjurk met daarachter een eigentijdse design rouwmantel: wit en verzwaard, 'de omhelzing'.

MISSIE

Het is de overtuiging van Museum Tot Zover dat mensen zich op een positievere manier tot de dood dienen te verhouden: individueel, gezamenlijk en maatschappij breed. Dat bevordert het individuele en maatschappelijke welzijn, versterkt saamhorigheid en werkt verbindend.

VISIE

We leren onze bezoekers op een informele en inspirerende wijze om te gaan met sterven, verlies en rouw. Dat doen we met de volgende trefwoorden: inspireren, leren, raken. Onze tentoonstellingen, onderwijsactiviteiten en events zijn artistiek, persoonlijk en verbindend. Zowel binnen als buiten de museummuren openen we het gesprek over de dood. Iedereen die een bezoek heeft gebracht aan museum, activiteit of onze digitale plekken is geraakt, heeft troost gevonden of is aangezet tot reflectie.

KERNWAARDEN

De organisatie en het beleid van het museum berusten op drie kernwaarden: *inspireren, leren, raken*. Dit voeren we altijd *liefdevol, luchtig en met lef* uit.

De kernwaarden zijn duidelijk, maar over de uitvoering nog het volgende: al vanaf de opening in 2007 hebben we een open en luchtige toon; het thema is immers al zwaar genoeg. Daar voegen we 'liefdevol' aan toe. Liefdevol vanuit onszelf en naar de bezoeker toe. Zonder liefde geen verdriet: dat maken we invoelbaar en inzichtelijk. Tegelijk is lef nodig om thema's aan te snijden of een standpunt te kiezen waar nog niet iedereen aan toe is. Door een integere en originele aanpak geeft het museum op geheel eigen wijze vorm aan moeilijke thema's en zo kunnen we anderen helpen.

MOTTO:

SMALL SCALE, HIGH IMPACT

Wij maken graag impact en willen mensen raken op een zorgvuldige, bescheiden wijze. Hiervoor is aandacht en tijd nodig, dat is kostbaar. Het melodramatische gaan we niet uit de weg, maar dat mag nooit de hoofdtoon worden.



Marry-Lou, leerling IMC Weekendschool ontdekt tijdens het bezoek aan museum Tot Zover hoe je via taal uitdrukking kunt geven aan ideeën rondom de dood en gevoelens van verdriet.

STRATEGIE

STRATEGIE

We professionaliseren onze organisatie, breiden ons educatieve aanbod uit, worden actiever als kenniscentrum en zorgen voor laagdrempelige, kleine, fijnzinnige activiteiten die de bezoekers raken. Onze taal is eenvoudig en direct. We werken samen met andere organisaties om ons bereik te vergroten en werken aan een sterke groei van ons digitale bereik. Wat we doen, toetsen we aan missie, visie en kernwaarden.

TRANSITIE: TOT ZOVER EN VERDER

Om als museum en kenniscentrum over de dood te blijven voortbestaan is het noodzakelijk om in de toekomst voldoende slagkracht te hebben. Dit is er nodig voor een succesvol Tot Zover:

- Een permanente verhoging van het exploitatiebudget, waarmee de personele omvang van 3,35 fte naar 5,7 fte groeit. Dit is een minimale voorwaarde voor verdere ontwikkeling en professionalisering;
- Een sterke organisatie, waar betaalde medewerkers en vrijwilligers veilig kunnen werken en kunnen groeien;
- Een gastvrije locatie en voldoende infrastructuur die museumbezoekers en andere doelgroepen een optimale beleving bieden;
- Het hanteren van een bescheiden en realistische groeistrategie die voortbouwt op de eerdere publieksuccessen. Deze strategie gaat uit van een scherp profiel, een sterke identiteit en duidelijk afgebakende doelgroepen.



De Museumtuin biedt meerdere kansen voor extensief recreatief gebruik: sinds 2021 zijn er experimentele versies te zien van de paddenstoel doodskist (ontwerper Bob Hendriks)

We verleggen de koers op belangrijke punten door:

- Te focussen op waarde en betekenis voor persoonlijk en collectief welzijn. Het museum exploiteert geenszins verdriet, maar kiest nadrukkelijker voor een integrale benadering die aandacht schenkt aan behoeften van troost, gedenken en verbinding bij de bezoekers;
- De vaste presentatie te versterken en uit te breiden met oog op schoolgroepen en de grote groep first time visitors;
- Minder *high brow* hedendaagse kunst, meer documentaire fotografie en verhalen waarin bezoekers zich kunnen herkennen;

- Tweejaarlijkse laagdrempelige thematentoonstellingen langer te laten staan en die af te wisselen met kleinschalige en fijnzinnige presentaties gericht op een specifieke doelgroep;
- Publieksparticipatie, beleving en sociale interactie in het museum naar een hoger plan te tillen;
- Met partners op andere locaties te programmeren;
- De activiteiten uit te breiden naar het gebied van (kunst en) de zorg;
- Flinke stappen te zetten op het gebied van effectievere marketing en PR;
- Alles langs de meetlat: inspireren, leren, raken (liefdevol, luchtig en met lef).

BELANG VOOR DE STAD

Het museum is belangrijk voor de buurt en de stad omdat het een plaats biedt van rust, verdieping en ontmoeting voor mensen die met de dood te maken hebben en troost zoeken (makers, bezoekers, nabestaanden, vrijwilligers). Het slaat bruggen tussen mensen uit verschillende culturen en informeert de schooljeugd over omgaan met de dood. We leven in een chaotische tijd en mensen zijn op zoek naar warmte en verbinding. Tot Zover is zo'n plek waar dat kan. We zijn een plek voor zenders en ontvangers. Juist in contact over rouw en verdriet is er snel begrip voor elkaar en in het Amsterdam van nu is in dat verband elke bijdrage welkom. Bovendien: om Tot Zover heen is er nagenoeg niets op cultureel gebied; de culturele organisaties van Oost zitten tegen het centrum aan.

LOCATIE OP DE NIEUWE OOSTER

Museum Tot Zover is fraai gevestigd op de Rijksmonumentale begraafplaats De Nieuwe Ooster in Amsterdam. Café Roosenburgh is een samenwerking met de begraafplaats en biedt plaats aan alle bezoekers van het gedenkpark – naast bezoekers van uitvaarten trekt het park dagelijkse vele grafbezoekers. De Nieuwe Ooster is een bekende plek voor Amsterdammers. Jaarlijks sterven circa 6000 Amsterdammers en van een groot deel vindt de uitvaart hier plaats. Bijna elke Amsterdammer is er wel eens geweest. Het gedenkpark is ook een arboretum. De combinatie van functies – alles rondom rouw en herdenken – is uniek. Tot Zover versterkt de culturele en sociale waarde van De Nieuwe Ooster en omgekeerd. Onze audiotour loopt tussen de graven door, leven en dood komen letterlijk samen in ons museum.

De behuizing is krap, maar biedt een gevoel van intimiteit dat wordt gewaardeerd door bezoekers. Museum Tot Zover ziet in de beleidsperiode 2025-2028 kansen voor een behapbare, kwalitatieve 'inbreiding' door de vierkante meters anders toe te wijzen, de museumtuin toegankelijk te maken voor events, een historische schuilkelder in de museumtuin in gebruik te nemen en het optioneel plaatsen van een mobiele 'kist-keet', als pop-up ruimte voor een *artist in residence*. In deze kist-keet kan een kunstenaar iets presenteren dat de bezoekers raakt.

LOCATIE ELDERS IN STAD EN LAND

Tot Zover organiseert activiteiten zowel binnen als buiten de museummuren, ook digitaal. Omdat sociale interactie belangrijk is voor zowel engagement van bezoekers als het entameren van gesprekken over de dood is fysieke ontmoeting onontbeerlijk. De beperkingen van de huisvesting op de begraafplaats lost het museum op door met partners te programmeren op andere locaties in stad en land.

- In 2024-2025 is er een tweede locatie voor events door tijdelijk beheer van een leegstaand PC uitvaartcentrum: PC Art Paviljoen x Tot Zover;
- Door samenwerking met culturele en welzijnsorganisaties komt het museum naar de doelgroepen toe en wordt het publieksbereik vergroot. Locatiepartners in de komende beleidsperiode zijn o.a. Museum om de Hoek, Bijlmer Parktheater, Studio/K, Wilhelmina Kinderziekenhuis, Emma Kinderziekenhuis;
- Vanuit de uitvaartbranche en palliatieve zorg is er behoefte aan reizende exposities. Museum Tot Zover onderzoekt de mogelijkheden van een aantrekkelijke mobiele vitrine of toolkit met onderdelen van de vaste presentatie;
- Activiteiten met de Funeraire Academie vinden plaats op universiteiten en uitvaartlocaties door het hele land.

ARTISTIEK INHOUDELIJKE KOERS

SMALL SCALE, HIGH IMPACT

We kiezen niet voor een discipline of een medium. Niets sluiten we uit, al waken we voor een te abstracte *high brow* uitstraling. Fotografie, schilderkunst, video, installaties, theater, performance, poëzie, spoken word, dans – juist zo kunnen we ons thema op allerlei manieren ontsluiten en beroeren. Essentieel daarbij is dat we de bezoekers of deelnemers raken, dat er iets met ze gebeurt, dat ze gaan nadenken. *Small scale, high impact*.

Impact heeft te maken met persoonlijke ervaringen. Die van de kunstenaar én de kunstrijker. Impact is onmeetbaar en nauwelijks te kwantificeren maar je kunt het wel aantonen. Aantonen door te luisteren naar de verhalen van kinderen en jongeren, van volwassenen, van mensen met totaal verschillende achtergronden. Door de makers aandacht en ruimte te geven, door culturele organisaties die advies vragen moed in te praten en op weg te helpen, door bezoekers te engageren en mee te laten doen. Bij Museum Tot Zover veronderstelt dat een kleine, intieme schaal die tegemoet komt aan de fragiliteit van het onderwerp. De bijdragen in het gastenboek zijn vaak emotioneel geladen (zie bijlage).



We werken vanuit waarde en betekenis op een liefdevolle en luchtige wijze, én met lef. Kortom: fijnzinnig, persoonlijk, troostend, met een knipoog of een onverwachte wending, met humor waar het kan. We zijn ervan overtuigd dat kunst als instrument werkt om je minder triest te voelen, in verbondenheid met anderen die hetzelfde meemaken of in een soortgelijk emotioneel proces zitten.

ART THAT CARES: HEILZAME KUNST

Tot Zover kiest nadrukkelijk voor een integrale benadering die aandacht schenkt aan behoeften van troost, gedenken en verbinding bij bezoekers. Aansluiting bij het sociale zorgdomein wordt een speerpunt. Wij zien veel potentie in de steeds bredere beweging in de kunstwereld die ook wel wordt aangeduid als de ‘shift from critique to care’. Eerdere succesvolle museumprojecten op het snijvlak van kunst en zorg waren o.a. de exposities *De Vogelvanger: Beeldessays over suicide en preventie* (2015) en *Kwaadaardig Mooi: kunstenaars verbeelden kanker* (2022/23).

Welke levensvragen zijn urgent zodra de dood aanklopt, bij een chronische aandoening of acuut levensgevaar? Hoe wil ik leven en herinnerd worden? Wat triggert de mantelzorger of palliatief medewerker? Welke praktische vragen dienen zich aan rond postmortale zorg nu we steeds meer thuis opbaren en zelf doen? Dicht op de huid. Activiteiten worden getoetst aan hun bijdrage aan het persoonlijke en collectieve welzijn.

Tot Zover programmeert voor veel doelgroepen en staat een hoge kwaliteit voor. We kiezen voor minder *high brow* en meer mens, maar kunst en design blijven vitale schakels. We werken graag met jonge makers. Talentontwikkeling is belangrijk en als kleine instelling ben je toegankelijker voor creatieven. We worden dan ook vaak benaderd voor samenwerking. Vanwege onze geringe omvang is een solotentoonstelling van een internationale topkunstenaar niet direct voor de hand liggend. Desalniettemin leveren gerenommeerde kunstenaars geregeld een bijdrage aan tentoonstellingen (Stephan Vanfleteren, Melanie Bonajo, Remy Jungerman) en organiseerden we in 2022 een solotentoonstelling van herman de vries. In de nieuwe beleidsperiode staat een solo van de Surinaamse kunstenaar Marcel Pinas op het programma en een dodendanspresentatie met werk van Anne Imhof. We onderzoeken de mogelijkheid voor een mobiele ‘kistkeet’ in de museumtuin voor een *artist in residence* of als ‘Tot Zover Troost on Tour’, als interventie elders in stad en land. Maar we zijn geen kunstmuseum. Bij ons staat kunst in teken van het verhaal over sterfelijkheid en wat het doet met bezoekers. Het gaat ons om het verhaal van de kunstenaar en wat dit verhaal kan doen voor deze bezoekers.

Links: Dr Irina Birgers kunstconsult met bezoekers over Rebirth na corona.

STERKTE- EN ZWAKTE-ANALYSE TOT ZOVER

De doelen en strategie van het museum zijn mede tot stand gekomen op basis van een sterkte-zwakte-analyse.

STERKE PUNTEN

- Unieke positie als nationaal museum en kenniscentrum over omgang met de dood;
- Goede reputatie met tentoonstellingen, events en onderwijs;
- Gevestigd op het terrein van gedenkpark De Nieuwe Ooster, rijksmonument en arboretum ineen;
- Kundige en gedreven staf en bestuur: groot netwerk van betrokken onderzoekers;
- Bijzonder groot netwerk in de werelden van cultuur, erfgoed, uitvaartcultuur en wetenschap;
- Inhoudelijk afwisselende, hooggewaardeerde programmering;
- Veel aandacht voor persoonlijke en cultureel diverse rouw en doodsbeleving;
- Goede aansluiting met roc en hbo-v onderwijs;
- Tot Zover wordt veel gevraagd om advies (musea, makers, media, studenten, wetenschappers);
- Bezoekerswaardering zeer goed, hoge emotionele impact;
- Laagdrempelig en benaderbaar voor creatieve makers en studenten.

KANSEN

- Sterven en rouw staan steeds nadrukkelijker in het brandpunt van de samenleving. De dood leeft;
- Groeiende interesse in dood en levenseinde vanuit politiek, het sociale zorgdomein en de gezondheidszorg. (De Raad Volksgezondheid & Samenleving erkent het belang en de rol van het museum);
- Veel maatschappelijke en individuele belangstelling voor thema's die troosten, verdiepen en verbinden;
- Door de goede ervaringen met het ontwikkelen van lespakket *Doodgewoon in de klas* weten we dat er veel kansen zijn op educatief gebied;
- Er is groeiende behoefte aan een museale instelling op dit terrein;
- Groeiende museummarkt en groei van de (huidige) publieksgroepen;
- Door vergrijzing een toename van het aantal gepensioneerden met veel vrije tijd;
- Kleine (in-) en uitbreiding museale ruimte is mogelijk;
- Om Tot Zover heen – Watergraafmeer, Park de Meer, Science Park, Duivendrecht (onderdeel MRA), De Omval, Amsteldorp, Betondorp en Amstelhoek – zijn nauwelijks culturele initiatieven;
- Vraag naar reizende tentoonstellingen vanuit achterban;
- In de bijlagen bij de Hoofdlijnen kunst en cultuur 2025-2028 wordt De Nieuwe Ooster genoemd als bijzonder cultureel erfgoed;
- Het museum draagt bij aan de door de gemeente nagestreefde profilering van Amsterdam als een stad van tolerantie, sociale betrokkenheid en culturele diversiteit;
- Verdere organisatorische professionalisering dankzij marketingcommunicatie-onderzoek en stevigere financiële basis (per 2024).

ZWAKKE PUNTEN

- De hoofdlocatie – een begraafplaats en crematorium – heeft negatieve connotaties en beperkingen;
- Kleine huisvesting geeft weinig ruimte voor een volwaardige vaste opstelling én gelijktijdige tentoonstellingen;
- Tot Zover ligt geïsoleerd; er is weinig te doen in de nabije omgeving;
- Beperkte ruimte voor events en groepsontvangst; ombouwen ruimtes en opsplitsing in kleine groepen kost veel mankracht;
- Inhoudelijk nog niet breed genoeg, met name op gebied van levenseinde (vóór de dood);
- Uitstraling sluit niet aan bij families en jonge bezoekers;
- De staf is klein: ontwikkeling is blijvend aan de orde

BEDREIGINGEN

- Veel mensen hebben doodsangst en vermijden het onderwerp liever;
- Concurrentie op de museummarkt (grote musea 'verdrücken' de kleinere);
- Een toenemende druk op de cultuurfondsen;
- Ook in de cultuur telt steeds meer de waarde van grote getallen en te weinig de waarde van impact;
- Financiering door bedrijven kent onzekerheid.



Lisanne van Sadelhoff (journalist) in omhelzing met Roos van Geffen (kunstenaar).

DOELEN 2025-2028

De beschreven strategie en inhoudelijke basis leiden tot de volgende doelen en ambities voor de periode 2025-2028:

- Publieksbereik vergroten
- Impact op de bezoekers persoonlijker maken
- Publieksbeleving: langs meetlat inspireren, leren, raken

PUBLIEKSBEREIK

Doel is doorgroeien naar 10.000 bezoekers per jaar (2028)*: Het gaat om:

- 6000 tentoonstellingsbezoekers binnen de muren van het museum
- 2000 bezoekers aan activiteiten buiten de muren van het museum
- 1000 scholieren, zowel uit primair onderwijs (400) als uit het mbo/roc (600)
- 600 studenten (200 hbo-v, 200 pabo, 200 universitair)
- 400 professionals uit uitvaartbranche, gezondheidszorg en onderzoek

DIGITAAL ENGAGEMENT

Het museum zet in op:

- Uitbreiding van het aantal leerlingen dat deelneemt aan de online lesmethode *Doodgewoon in de klas* naar 8000;
- Groei van het aantal website bezoekers naar 100.000;
- Social media: groei naar 5000 volgers op zowel Facebook als Instagram.

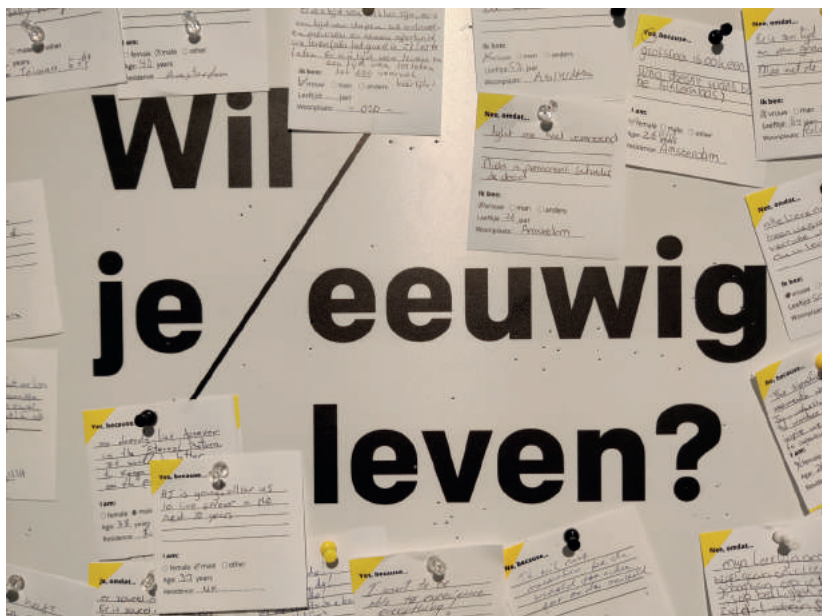
* Bezoekers van café, terras en tuinzaal – deels ook expositieruimtes – zijn niet meegeteld.

IMPACT

In de beleidsperiode 2025-2028 werkt het museum aan het vergroten van de impact. Dat heeft twee componenten: publieksbereik (kwantitatief) en publieksbeleving (kwalitatief). Het museum wil meer mensen bereiken, zowel binnen als buiten de eigen muren. Maar het wil ook bijdragen aan reflectie op de dood, vanuit verschillende denk- en leefwerelden. Daarvoor is het nodig om de bezoekersbeleving naar een hoger plan te tillen. In dat kader laat het museum zich leiden door eigentijdse inzichten van museumdeskundigen op het gebied van bezoekers-identiteiten, waarde creatie en publieksparticipatie (John Falk, Graham Black).

PUBLIEKSBELEVING

We houden alles langs de meetlat inspireren, leren, raken en doen dat liefdevol, luchtig en met lef. Bij tentoonstellingen, randprogramma, berichten op social media, bij alles wat we doen houden we de meetlat ernaast. We zijn ons ervan bewust dat zenden over de dood niet zo moeilijk is. Dat verklaart ook de grote toeloop van creatieve makers die iets met hun doodsbeleving en verdriet doen. Maar informatie over die dood ontvangen, als gewone sterveling: dat is een ander verhaal.



Publieksbord Wil je eeuwig leven?



Het advies van Blueyard bevat enkele verhelderende inzichten: mensen bezoeken hun favoriete musea doorgaans slechts een keer in de drie á vijf jaar, en wij zijn niet het publiek. Kortom, we moeten nog scherper nadenken over de doelgroepen die we willen bereiken en niet bang zijn om andere doelgroepen *niet* te bereiken. Per project moeten we dus duidelijke keuzes maken.

PUBLIEKSGROEPEN

Het museum richt zich op de volgende combinatie van zeven publieksgroepen:

- **Zingevers** zijn geëngageerd en op zoek naar (soms spirituele) duiding en empathie. Mensen in rouw behoren hier ook toe. Het museum biedt deze bezoeker een plek van rust en reflectie en troost;
- **Museumliefhebbers** hebben vaak een Museumkaart en zijn op zoek naar nieuwe tentoonstellingen en musea. Ervaringen rondom het levens-einde staan bij deze doorgaans oudere leeftijds-cohort in de belangstelling. Het museum verrast deze doelgroep met een frisse kijk op de dood. Met ons wisselende tentoonstellings- en evenementen-aanbod en onze regelmatige aanbiedingen voor Museumkaarthouders komt een groot deel van onze bezoekers uit deze doelgroep. Zij zien Museum Tot Zover als een bijzondere off-track uitbreiding van het cultureel aanbod in Nederland;
- **De Schoolgroepen** bij Tot Zover zijn afkomstig uit het basisonderwijs, beroepsonderwijs (roc zorg en welzijn), en hoger onderwijs (hbo-v, theologie, universitair). Uitbreiding naar pabo's is gewenst. Educatieve programma's worden steeds samen met het onderwijs ontwikkeld en voor marketing maken we gebruik van cultuureducatie-bemiddelaars (Rode loper op school, St Jam, Mocca). De online scriptie-database is een tool voor zelfstudie en naslagwerk;
- **De Professionals** hebben een doodgerelateerd beroep en zijn werkzaam in de palliatieve zorg, uitvaartbranche of rouwzorg. Zij komen naar het museum bij thematische tentoonstellingen of als werkbezoek/dagje uit. Onder de paraplu van Funeraire Academie organiseert het museum jaarlijks symposia, podcasts en expertmeetings voor kennisuitwisseling, verdieping en netwerk-momenten voor deze doelgroep;
- **Niet-Nederlandstalige bezoekers.** Dit zijn enerzijds toeristen en anderzijds expats en andere niet-Nederlandssprekende nieuwkomers met belangstelling voor het thema dood. Toeristen vallen doorgaans in de categorie Dark Tourists, liefhebbers van culturele plekken waar de dood een belangrijke rol speelt, zoals begraafplaatsen en de loopgraven uit WOI. Voor de tweede groep biedt Tot Zover een inkijkje in Nederlandse uitvaart-gewoonten. Gevoelens van gemis en verdriet worden geagendeerd, nieuwkomers voegen nieuwe verhalen toe. Voor een museum zo ver

buiten het centrum trekt Tot Zover een verrassend internationaal publiek met toegewijde fans;

- **Buurtbewoners en Amsterdammers** koesteren het museum of beschouwen het als (on)ontdekte parel in het verre Oosten. Buurtbewoners komen uit Amsterdam Oost, Betondorp en de Watergraafsmeer. Deze groep bieden wij een 'community hub' van cultuur, café en ontmoeting met evenementen die vaak gratis of tegen gereduceerd tarief worden aangeboden. Buurtbewoners komen regelmatig terug voor nieuwe tentoonstellingen of activiteiten;
- **Families:** (groot)ouders/verzorgers willen met hun (klein)kinderen samen een betekenisvolle activiteit ondernemen, het gedenkpark bezoeken en op een laagdrempelige manier over dood en afscheid praten. De doelgroep families (26-45 jaar) zit in de lift volgens de meest recente museumkaartcijfers. Voor hen wordt door de nieuwe educator een intergenerationele aanpak ontwikkeld met nadruk op spel en dialoog.

PUBLIEKSPARTICIPATIE

Om de doelstellingen van publieksbeleving te bereiken is participatie essentieel. De publieksgroepen zijn in het overzicht met opzet aangeduid in meervoud, want bezoekers komen doorgaans niet alleen naar een museum, maar samen. Naast een culturele ervaring verwachten ze vooral ook een waardevolle, sociale ervaring. De Britse museoloog Graham Black poneert in zijn artikel *Meeting the audience challenge in the 'Age of Participation'* (2018) dat informeel leren en persoonlijke impact het best tot stand komen door sociale interactie. Wil Museum Tot Zover het gesprek over de dood stimuleren, dan moeten we zorgen dat de focus van onze programmering de interactie maximaliseert. Dan mag het dus afwijken van de klassieke, individuele museumervaring.

'Get your visitors talking with each other, reflecting on what they have discovered and done in the museum, that will create new personal understandings'

Participatie, openheid en beleving blijken de ingrediënten voor een effectiever en groter publieksbereik. Tot Zover gaat actief werk maken van een publieksgericht beleid door scherpere thematische keuzes en door activiteiten te toetsen aan hun participatiegraad. Elementen zijn bijvoorbeeld:

- *taking part*, actief deelnemen van bezoekers;
- *creative response*, bezoekers worden aangezet tot een creatieve daad;
- *belonging*, bezoekers voelen zich gezien en op hun plaats (we vragen hun na het bezoek om hun mening);
- *empowering*, het museum zendt niet alleen, maar schept een open ruimte voor de dialoog (en maakt gebruik van user generated content);

Op het participatievlak heeft het museum al stappen gezet: zo zijn er objecten aan de presentatie(s) toegevoegd die activeren en creatief uitdagen, het taalgebruik van museumteksten is gewijzigd van belerend tot meer vragend/persoonlijk en de (onvermijdelijke) culturele hokjesstopperij die van de kistenopstelling uitgaat, is voorzien van individuele meerstemmigheid. De aanzet is daar.

MARKETING EN PUBLIEKSCOMMUNICATIE

We werken vanuit waarde en betekenis met de bezoekersprofielen scherp op het netvlies. In 2021-2024 is er stapsgewijs gewerkt aan communicatie met als doel het publieksbereik te vergroten. Opeenvolgend publieksonderzoek van studenten van de Reinwardt Academie, consultaties met communicatiebureau KesselsKramer en een treffende lijst van communicatie-aanbevelingen van cultuuradviseurs Blueyard hebben valkuilen blootgelegd ('You are not your audience'), maar vooral ook uitstekende nieuwe inzichten gebracht.

De marketingstrategie is verweven in de programmering en aanpak, een integrale benadering die – grotendeels – aandacht schenkt aan maatschappijbrede behoefte aan troost, gedenken en verbinding. Ook bij marketing en communicatie geldt: inspireren en raken. En leren. Ook hier liefdevol, luchtig en met lef.

Daarnaast stellen we ons voor de periode 2025-2028 op het gebied van marketing en communicatie de volgende afgeleide doelen:

- Tot Zover is goed in het genereren van *free publicity*. Dit blijven we doen. Naast traditionele media als kranten, radio, tv en tijdschriften richten we ons steeds meer op digitale platforms als LinkedIn, blogs en podcasts;
- Om debat in de media te generen zal Tot Zover ook zelf redactionele content blijven aanbieden. Soms is het nodig enige opschudding te creëren, lef te tonen, bijvoorbeeld met een oproep de eigen as te doneren aan het museum. Zo kan Tot Zover de agenda bepalen;
- Met reclame en social media content haken we in op de actualiteit. Bijvoorbeeld: als Nederland rouwt en troost zoekt bij het overlijden van een BN'er – wie kan dan beter troost bieden dan Museum Tot Zover?;
- Social media, digitale nieuwsbrief en website zijn essentiële marketingtools en Tot Zover zet hier nog verder op in. Het aantal Google reviews steeg in 2023 naar 303 met een gemiddelde van 4,3/5 (ter vergelijking: 143 in 2019 met een gemiddelde 4,2/5). Tot Zover krijgt nog weinig reviews op Tripadvisor en Booking. Het aantal volgers op Facebook en Instagram moet omhoog van respectievelijk 3300 en 2400 naar 5000. Het aantal Google reviews moet van 310 naar 600;
- Bij alle tentoonstellingen wordt gekeken naar 'Instagrammable' plekken. De foto's die men kan maken in de 'IKEA-doodkist' Dödlük in de vaste presentatie zijn een groot succes;
- Samenwerken en netwerk delen is slim en effectief voor de marketing. Zo vallen we ook op bij nieuwe doelgroepen;

- Vergroten naamsbekendheid en zichtbaarheid van museum in buurt en stad;
- Door continu publieksonderzoek te doen kan het museum een optimale visie en aanpak van het publiekbereik ontwikkelen en uitvoeren;

Voor het bereiken van deze doelen wordt het extra aangevraagde AFK-budget aangewend.

SAMENWERKINGEN

Museumnacht Amsterdam, Stichting De Rode Loper op School, Stichting JAM, Linnaeus Boekhandel, Museum Om De Hoek, **Netwerk Palliatieve Zorg Amsterdam-Diemen, Humanistisch Verbond, Werkplaats van de Woestijne, Tafel van Vijf - Perry Gits i.s.m. Bijlmer Parktheater**, PJ Roggeband, MEZRAB – House of Stories, OBA, TU Delft End-of-life lab, Universiteit Utrecht, Tilburg University, Groningen University (Funeraire Academie), Studio/K, **Wilhelmina Kinderziekenhuis**, Emma Kinderziekenhuis, crematoria door het hele land.

Netwerkpartners:

OAM/SAM, Museum für Sepulkralkultur (DE), DONE (Doodsonderzoekers Nederland), MOAM, MOCCA.

In **BOLD** nieuwe samenwerkingen: zie upload intentieverklaringen.



De café ruimte leent zich perfect voor het dood leuke bingo spel: Draai aan de gouden molen: het balletje bepaalt welke vraag over leven en dood jij met je tafelgast bespreekt!

PROGRAMMATHEMA'S

De drie hoofdthema's die in onze museale opstelling zitten en terugkomen in onze programmering zijn:

- Praktische omgang met de dood (levenseinde- en uitvaartzorg, rouw)
- Verbeelding van de dood (kunst, rituelen en spiritualiteit)
- Denken over de dood (filosofie, psychologie, wetenschap en memento mori).

We verbinden deze onderwerpen met elkaar, wat tot uitdrukking komt in onze collectie, vaste presentatie en programmering. Niet alleen in de vorm van exposities maar juist ook met educatieve programma's, co-creatieve workshops, lezingen, symposia, expertmeetings, muziek en (film)theater samen met onze vaste en nieuwe partners. Samen bereiken we een divers publiek en zijn we in staat de dood bespreekbaar te maken, bezoekers te troosten en handvatten te bieden hoe voort te leven na verlies.

De programmering van Museum Tot Zover betreft de volgende onderdelen:

1. Vaste presentatie
2. Tentoonstellingen/op locatie en reizend
3. Onderwijs/in het museum en online
4. Kenniscentrum/funeraire academie
5. Sociale verbinding en events



De kistenopstelling in de Rituelenzaal is nog steeds een favoriet onderdeel voor first time visitors en schoolgroepen.

VASTE PRESENTATIE

De vaste collectiepresentatie in het museum vertelt het verhaal van de Nederlandse uitvaartcultuur en omgang met de dood, vroeger en nu. In de Rituelenzaal is aandacht voor de uitvaartbranche en afscheidsrituelen, de Rouwkamer focust op het dode lichaam en herinneringscultuur. Een audiotour met (persoonlijke) verhalen begeleidt bezoekers langs objecten en over gedenkpark De Nieuwe Ooster. De waardering voor de huidige presentatie is nog steeds goed, maar een actualisering is nodig. Met oog op een betere bezoekersbeleving en breder publieksbereik krijgt de vaste presentatie extra vierkante meters in De Gang toebedeeld en inhoudelijke versterking, rekening houdend met een klein budget en beperkte ruimte.

Andere uitgangspunten voor verbeterde vaste presentatie zijn:

- Thematische uitbreiding naar sterven in Nederland, vragen en praktijken rondom het levenseinde;
- Meer focus op publieksparticipatie en beleving, de bezoekers actief uitnodigen tot interactie met elkaar, dialoog en persoonlijke reflectie;
- De techniek en inhoud van beeldmateriaal en audiofragmenten vernieuwen, toevoegen van documentaire fotografie en geurbeleving, taalgebruik verder aanpassen;
- Meer accent op het laten stralen van de (top) stukken;
- Het verder toepassen van de transhistorische en diverse benadering ('verdriet is universeel, gedenken doen we in verschillende vormen, hoe doe jij dat?');
- De caféruimte bij de vaste museumpresentatie betrekken d.m.v. conversation starters, thematisch passend menu, collectie-objecten en bezoekers-content;
- Aandacht voor de museumtuin en onderzoek naar de openstelling van de historische schuilkelder (meditatie-oefening in doodliggen is potentiële publiekstrekker).

Juist vanwege het permanente karakter dient de vaste presentatie goed aan te sluiten op de behoeften van het onderwijs. We actualiseren deze presentatie daarom in samenwerking met onderwijspartners Stichting De Rode Loper op School, rocva en roctop.

TENTOONSTELLINGEN

Omdat ze bepalend zijn voor continue persaandacht en publieksverbreding zijn en blijven tentoonstellingen de voornaamste publieksactiviteit. Tot Zover gaat verder met de combinatie van grote thematentoonstellingen en kleinere presentaties. Uiteraard geldt ook hier: inspireren, leren, raken. De doelstelling van het museum is om mensen te laten reflecteren op sterfelijkheid en we zijn niet bang om betekenisvolle exposities te maken voor een kleinere doelgroep, juist om het gesprek open te breken: *small scale, high impact*.

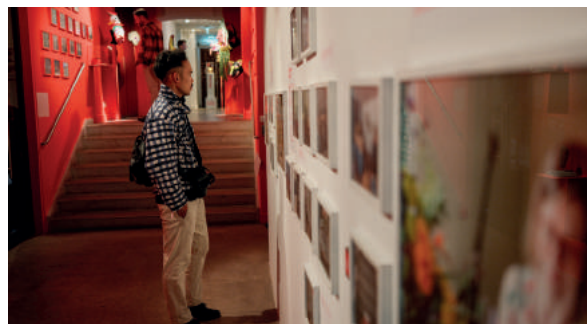
Thematentoonstellingen programmeren we in een ritme dat haalbaar is voor de staf: tweejaarlijks. Ze staan dan relatief lang (10-12 maanden), wat past bij een museale trend. Thematentoonstellingen zijn complex van structuur en verweven met de vaste presentatie. Kleinere presentaties komen in de Grote Zaal. Deze ligt half verzonken in het maaiveld met uitzicht op de tuin en is daardoor heel sfeervol en aantrekkelijk voor kunstenaars. Een modulaire opbouw van terugkerende elementen en techniek houdt presentaties betaalbaar, duurzaam en uitvoerbaar.

Tentoonstellingen bij Tot Zover moeten voldoen aan de volgende voorwaarden:

- Ze passen bij de programmathema's en het profiel van het museum;
- Ze passen naast het meetlint van inspireren, leren, raken;
- Ze sluiten aan bij de fascinatie en interesse van bezoekers;
- Ze komen tot stand in samenwerking met gastcuratoren, maatschappelijke partners en marketeers;
- Ze gaan uit van een heldere boodschap en staan in relatie tot de huidige tijd;
- Ze zijn gebaseerd op artistiek of maatschappelijk onderzoek en maken werk van publieksparticipatie;
- De grote tentoonstellingen hebben een duidelijke 'hero'/publiekstrekker;
- Ze geven vorm aan het museum als open en meerstemmige ruimte.

Nog niet alle tentoonstellingen liggen vast, aangezien we ruimte willen houden voor onverwachte ontmoetingen en voorstellen. Zo hebben we al veel mooie kleinere projecten gerealiseerd en bieden we ruimte voor talent.

Hieronder de voorlopige programmering in de periode 2025 en verder. Zie volgende pagina voor een toelichting.



De documentaire fotografie in de expositie Een Lekkere Dood was herkenbaar en trok veel bekijks.

TOT ZOVER 'ARTIST IN RESIDENCE' - DE KISTKEET

Vanwege ons thema en unieke profiel in het Nederlandse museumveld wordt Museum Tot Zover bijzonder vaak benaderd voor samenwerking aan kunstzinnige projecten over dood en rouw. Ook ontvangen wij wekelijks (!) verzoeken van creatieve makers, professionals en amateurs, die met ons willen afspreken en werk bij ons willen tonen. Ondanks onze empathie - het zijn gevoelige verhalen die ze met ons delen - moeten we ze doorgaans teleurstellen. Het museum biedt graag een open podium, maar is gebonden aan programmering en zeer beperkte capaciteit aan vierkante meters. Toch kan er mogelijk worden uitgebouwd naar de museumtuin, namelijk door het plaatsen van een mobiele unit. Denk aan een speciale 'kistkeet' die elk kwartaal door een kunstenaar wordt geadopteerd en ingericht met eigen werk en/of beeldend onderzoek naar de beleving van dood en rouw. In de nieuwe beleidsperiode wordt dit conceptproject 'Tot Zover Troost: artist in residence' verder uitgewerkt en getoetst op haalbaarheid.

TOT ZOVER TOOLKITS – POP-UP EXPO'S OP ANDERE LOCATIES

Ter vergroting van het publieksbereik en vanwege vraag vanuit de achterban maken we vanaf 2025 thematische presentaties reproduceerbaar – op aangepaste schaal. Als reizende pop-up tentoonstelling bereiken zo we doelgroepen die niet naar ons museum komen. Netwerkpartners uit de (palliatieve) zorg en uitvaartbranche adopteren/huren de mobiele presentatie 'Tot Zover expotoolkits' en verzorgen lokaal de randprogrammering en marketing. Beoogde locaties zijn o.a. bibliotheken die een steeds grotere maatschappelijke rol spelen als informatiepunt en ontmoetingsplek. De bezoekersaantallen op die plekken tellen we mee.

VOORLOPIGE PROGRAMMERING

		groot	klein	partners
2025	Tattoos en troost		x	Henk Schiffmacher
2025	Mijn lieve, dode kind babysterfte in beeld		x	Wilhelmina Kinder Ziekenhuis, HKU
2026	Dodendans Zisenhauser Totentanz + Anne Imhof		x	Bijlmer Parktheater en dansacademie
2026	Troostrijk Gekleed Wat doe ik met de kleren?	x		Museum van de Geest (expo Mode & Psyche)
2027	Marron doodscultuur + Marcel Pinas	x	x	Stichting Ma-Jo
2028	Sleeping Beauty het sterfbed in beeld + Stephan Vanfleteren	x		Netwerk Palliatieve Zorg

2025 Tattoos en troost | in liefdevolle herinnering

Het laten zetten van tattoo's als memorial is ongekend populair. Op je eigen huid een blijvende verbintenis met een geliefde, vriend of familielid: persoonlijker wordt het niet. Fotoportretten combineren we met ontroerende en herkenbare verhalen. We belichten de verschillende aspecten van dit rouwritueel. Helpt een tattoo bij rouwverwerking? Bekende tattoo artists komen herdenkingstattoos zetten en kinderen ontwerpen een plak-tattoo.

2026 Mijn lieve, dode kind | babysterfte in beeld

Bij zwangerschapsverlies en babysterfte kan kunst van belang zijn. Diverse ziekenhuizen hebben pilot-kunstprojecten waarbij ouders hun gevoelens uiten. Thema's als erkenning, herinnering, betekenisgeving komen er in terug. Jaarlijks is er een Baby Loss Awareness Week. Deze delicate tentoonstelling doen we samen met Daphne Voormolen, arts foetale geneeskunde (Wilhelmina Kinderziekenhuis) die met de HKU een project start (2024) over co-creatie van moeder en kunstenaar na een verlies. Hanne Hagenaars is de beoogde gastcurator.

2026 Troostrijk gekleed | Modebewuste dood

Wat draag je naar een uitvaart en wat draag je in de kist? Wat doe je met de kleding van je overleden geliefde? Chaja van Kollem vroeg mensen daarin te poseren en anderen maken er quilts of kinderknuffels van. De Zuid-Afrikaanse Lebohang Kganye poseert in de kleding van haar overleden moeder op precies dezelfde locaties als op diens oude foto's, wat ongrijpbare spirituele foto's oplevert. Ook aandacht voor modeontwerpers en kleding van uitvaartmedewerkers. Een rijk randprogramma vol workshops.



2026 Dodendans | Zisenhauser Totentanz + Anne Imhof ++ Amsterdamse danscholen

Topwerk van het Sepulkralmuseum uit Kassel is de Zisenhauser Totentanz, 39 dodendanspaartjes uit 1769-1840. Skeletten dansen met vertegenwoordigers van een beroepsgroep of sociale klasse: niemand ontsnapt aan de dood. Het Duitse museum wordt verbouwd en leent de hele serie aan ons. De vrolijk-macabere figuurtjes vormen startpunt voor een film- en dansprogramma, met o.a. Disney's Skeleton Dance (1929) en een film van Anne Imhof.

Natuurlijk ook veel live dans met bijvoorbeeld Dans-academie, PACT+ (ROCVa), Foundation/HipHop Centre en de Tafel van Vijf (Perry Gits).



2027 Marron doodscultuur + Marcel Pinas

Marcel Pinas is de bekendste Surinaamse kunstenaar. Veel van zijn veelzijdige werk gaat over verlies en rouw. In deze expositie bestaat werk (momenteel opgeslagen in Moengo) en nieuw werk. In 2024 bespreken we de precieze invulling met hem. Er is ook aandacht voor rouwrituelen in de Marroncultuur, iets waar al lang contact over is. We werken samen met o.a. uitvaartverzorger Mariska de Jong, afkomstig uit de Ndyuka-cultuur, en Yvon van der Pijl, gepromoveerd op Afrikaans-Surinaamse doodscultuur.

2028 Sleeping Beauty | Het sterfbed in beeld

Er is steeds meer aandacht voor waardig sterven. Een expositie over het levenseinde: een emotionele en intensieve periode voor stervenden, naasten en zorgmedewerkers. We krijgen er allemaal mee te maken. Fotoseries van Stephan Vanfleteren, Edith Gerritsma en tekeningen van Clemens Merkelbach. Deze tentoonstelling maken we met maatschappelijke partners Netwerk Palliatieve Zorg Amsterdam-Diemen en de Academische Werkplaats Palliatieve Zorg (AWPZ). Met partners ROC Zorg en welzijn en HBO-V wordt een onderwijsprogramma op maat ontwikkeld.

ONDERWIJS

Een belangrijk doel van het museum is leren en inspireren over afscheid en verlies. En hoe eerder hoe beter. In de ideale wereld staat de dood op het lesprogramma – al vanaf de kleuterschool. Angst voor de dood is niets anders dan aangeleerd gedrag. Tijdige voorlichting en kennis van feiten nemen bij kinderen angst weg en helpen bij een goede rouwverwerking later. Bovendien zijn kinderen erg nieuwsgierig naar het onderwerp. Educatie vindt plaats zowel in als buiten het museum.

DOODGEWOON IN DE KLAS

Het digitale project *Doodgewoon in de klas* is sinds 2018 speerpunt van de onderwijsprogrammering. In de periode 2025-2028 zet het museum dit succesvolle project voort. *Doodgewoon in de klas* is een digitale lesomgeving voor groep 7 en 8 van het basisonderwijs. Het lesmateriaal haalt de dood uit de taboesfeer en geeft leerkrachten concrete handvatten om met het onderwerp in hun groep aan de slag te gaan. Leerlingen leren spelenderwijs omgaan met dood en afscheid, het past bij hun leefwereld en voldoet aan de kerndoelen van het onderwijs.

GASTLES IN DE KLAS

Hieraan gekoppeld is een landelijk gastspreker-programma. Een gastspreker van *Doodgewoon in de klas* heeft een beroep dat met de dood te maken heeft. Denk aan een uitvaartverzorger, ritueelbegeleider of iemand die grafstenen maakt. Gastsprekers vertellen een boeiend verhaal over hun beroep en kunnen vragen beantwoorden van leerlingen waar de leerkracht geen idee van heeft. Museum Tot Zover biedt jaarlijks gastlestrainingen aan en bemiddelt voor scholen die een gastspreker zoeken. Het museum werkt samen met 100 gastsprekers verdeeld over heel Nederland. De gastsprekers zijn ook ambassadeurs van het lespakket.

Doelen van de komende beleidsperiode zijn:

- Versterken van de gastles-coördinatie
- Verbetering van de marketing van *Doodgewoon in de klas*
- Vernieuwen van een aantal lesonderdelen
- Uitbreiding van de lesomgeving met een handzaam rouwprotocol voor crisissituaties op school

ONDERWIJS IN HET MUSEUM

Voor een aantal onderwijsinstellingen vormt een bezoek aan Tot Zover een vast onderdeel in het curriculum: dat zijn enkele roc's (richting zorg en welzijn), hbo-v (verpleegkunde) en theologische en levensbeschouwelijke opleidingen. In de afgelopen jaren zijn daar bijgekomen de minor-dood, van zowel Universiteit Utrecht als de VU, en het End-of-Life Lab van de TU Delft, waarmee afstudeerscripties worden afgestemd en begeleid. Doorgaans krijgen de schoolgroepen een reguliere rondleiding.

Met behulp van een gerichte onderwijsenquête - een quickscan in nauwe samenwerking met een aantal roc's - ontwikkelt het museum een onderwijsprogramma dat beter in de onderwijsbehoefte voorziet. Voorbereidende lessen (verwachtingsmanagement) en een aangepaste rondleiding zijn daar een eerste resultaat van. Groepen worden

opgesplitst in maximaal acht leerlingen voor optimale interactie met de rondleider. Ter afwisseling is er een thematische wandeling over de begraafplaats aan toegevoegd.

Voor schoolbezoek uit het basisonderwijs leert de ervaring dat samenwerking met Amsterdamse cultuureducatie-instellingen positieve resultaten geeft. Partners zijn Stichting De Rode Loper op School, Stichting JAM. Mocca organiseert ICC-er cursussen in het museum. Samen met De Rode Loper op School is een laagdrempelig educatief aanbod ontwikkeld dat we permanent kunnen aanbieden aan scholen. Achtstegroepers en hun begeleiders die ons jaarlijks bezoeken tijdens de Kunstschooldagen ervaren de blinddate als indrukwekkend en zeer de moeite waard.

Voor de komende jaren zijn de volgende doelen geformuleerd:

- Doorontwikkeling van roc-aanbod
- Uitbreiding naar pabo's
- Investeren in rondleidersmanagement en aanpak
- Doorontwikkeling publieksbegeleiding voor families met kinderen
- Actievere deelname cultuureducatie, uitwisseling en development



Een jonge bezoeker verzonken in de kist en in zijn speurtocht.

KENNISCENTRUM

Tot Zover profileert zich als museum en expertisecentrum over onze omgang met de dood. De directeur en het hoofd programma en educatie worden vanwege hun deskundigheid veel gevraagd voor duiding en advies door pers, studenten, culturele en maatschappelijke organisaties en particuliere erfgoedamateurs. Zoveel, dat overbelasting aan de orde was. Uit de eerdergenoemde bedrijfsscan blijkt dat een krachtig kenniscentrum van groot belang is voor de credibility van Tot Zover. Maar het moet behapbaar zijn. In de komende beleidsperiode wordt er daarom wekelijks tijd ingeruimd om vragen te beantwoorden, mensen goed door te verwijzen en gesprekken te voeren met partijen die ons om advies vragen. Dit is mogelijk vanwege personele uitbreiding en consequente taakverdeling. Een algemene vraagbaak waar ook particulieren met doodsvragen aankloppen is vooralsnog niet realiseerbaar.

FUNERAIRE ACADEMIE

De Funeraire Academie is sinds 2013 een platform voor kennisdeling tussen de academische wereld, de uitvaartwereld en een breder publiek waarbij het museum de culturele spil vormt. Dat resulteert in minimaal twee kennisbijeenkomsten, symposia en/of debatten per jaar. Vaak zijn de bijeenkomsten thematisch gekoppeld aan Tot Zover tentoonstellingen.

We verrichten geen wetenschappelijk onderzoek in huis, maar de voor het museum relevante wetenschappelijke kennisontwikkeling is gefundeerd in de samenwerking met Tilburg University, Radboud Universiteit en Rijksuniversiteit Groningen. Voor hen is de samenwerking met het museum een vorm van kennisvalorisatie en mede daarom geniet ons hoofd programma en educatie een 'extramurale' promovendus status, wat haar toegang geeft tot relevante onderzoeken, publicaties en deelname aan de academische werkgroep DONE (Doodsonderzoekers Nederland). In de publicatiereeks 'Funeraire Academie Teksten' worden resultaten van Funeraire Academie-bijeenkomsten verzameld en via open acces beschikbaar gesteld.

SCRIPTIEDATABASE EN BIBLIOTHEEK

De museumwebsite bevat een zeer uitgebreide en goed bezochte scriptiedatabase. Nederlandse en Vlaamse bachelor- en masterscripties met thema's rondom dood, rouw en uitvaartcultuur zijn hier gebundeld en downloadbaar. De bibliotheek is op afspraak toegankelijk voor bezoekers en in de afgelopen twee jaar zijn tientallen studenten, journalisten, auteurs of collega's van andere musea geholpen met vragen en onderzoek. Het museum is actief in crowdfunding voor jonge onderzoekers.

EIGEN PUBLICATIES

Het museum verleent redactionele medewerking aan de twee landelijke uitvaartvakbladen. In elke editie (6 per jaar) verschijnen een vaste kunstrubriek en een rubriek waarin funerair onderzoek wordt uitgelicht. Deze teksten zijn ook op de eigen museumwebsite te lezen en worden gedeeld via social media. Thematentoonstellingen of bijzondere aanwinsten in de collectie zijn aanleiding tot het maken van populairwetenschappelijke magazines met bijdragen

van uiteenlopende auteurs, wetenschappers en kunstenaars. Daarvan staat de teller nu op vijf (*Post Mortem* 2016, *De Laatste Aai* 2019, *herman de vries * vergaan* 2022, *Een Lekkere Dood* 2023, *Een Boeket Van Mensenhaar* 2023).

SOCIALE VERBINDING EN EVENTS

Een museum wordt wel eens voorgesteld als plek voor dingen en ideeën, maar het is vooral een plek voor mensen en ontmoeting. Dat geldt met name voor Museum Tot Zover. Juist bij een onderwerp als de dood is een gastvrije, veilige en vooral ook troostrijke plek/contactzone van groot belang. Het museum beheert sinds 2019 Café Roosenburgh (non-profit), een mooie samenwerking met De Nieuwe Ooster die ons in ruil huurkorting geeft. Het café vormt de entree van het museum en biedt een gastvrije ontvangst aan museumbezoekers, en vooral ook aan buurtbewoners, begraafplaatsbezoekers en nabestaanden. Studenten komen er studeren, werkgroepen vergaderen en de dragers van Wi Kan Doe rusten er uit.

Café, Tuinzaal en terras vormen een randvoorwaarde voor de succesvolle organisatie van museumevents. Koffie en Cakelezingen, symposia, openingen en workshops vinden hier plaats. Dergelijke evenementen hangen veelal samen met tentoonstellingen, maar niet altijd, zoals Museumnacht en boekpresentaties. Een aanzienlijk deel van de bezoekers komt voor een specifieke activiteit naar het museum. Onze activiteiten scoren hoog op impact en beleving. Het is daarom nodig om veel activiteiten te organiseren om zo steeds op de radar te blijven. Het organiseren van events is echter tijdrovend.



Met Pakhuis de Zwijger en Funeraire Academie organiseren we een driedelige reeks 'Met de Dood in Huis'

Doelstellingen voor de komende beleidsperiode zijn:

- Activiteiten bij voorkeur uitvoeren in coproductie met partners (gedeelde werklust, groter draagvlak en publieksverbreding);
- Museumterras en -tuin deels verharden en geschikt maken voor buitenpresentaties en optredens (muziek, toneel, dans);
- Activiteiten op andere locaties, zoals tijdelijk beheer PC Art Paviljoen;
- Filmfestival over rouw 'met smart en ziel' i.s.m. Studio/K, Timorplein (concept sinds 2021 op de plank);
- 'Kers op de taart' – onderzoek naar realisatie bijzondere Tot Zover coproductie voor groot festival. Bijvoorbeeld uitvoering Tot Zover afstudeerontwerp Martine van Veen 'The Space To All Places' (2021, Ms TU Delft) op de Zwarte Cross.

COLLECTIE

De collectie bestaat overwegend uit objecten die te maken hebben met de Nederlandse uitvaartcultuur en is in haar samenhang cultuurhistorisch gezien van waarde, maar kent niet veel werkelijk waardevolle objecten. Het museum bezit een grote collectie rouwen herinneringswerken, vier historische lijkkoetsen en veel miniaturen van lijkkoetsen. De collectie miniaturen van rouwauto's is met ruim 250 de grootste van Europa. Vermeldenswaard zijn ook objecten zoals gebruikt bij uitvaartrituelen van diverse in Nederland levende culturen, denk aan de ingrediënten voor een moderne moslimuitvaart zoals lotuspoeder, kamfer en musk. De laatste jaren heeft het museum een mooie collectie fotografie opgebouwd en zijn er bijzondere hedendaagse rouwobjecten de collectie binnen gekomen, vaak ook afstudeerobjecten van de Nederlandse kunst- en designacademies.

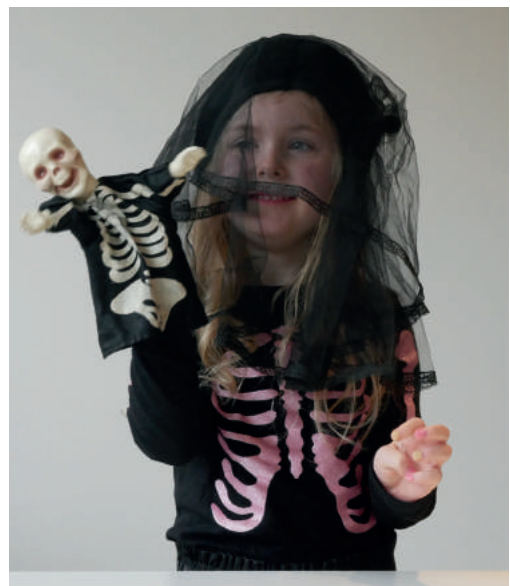
Er is geen actief verwervingsbeleid. Bij verwerving volgt het museum de Ethische Code voor Musea en bij afstoting past het museum de LAMO (Leidraad Afstoting Museale Objecten) toe.

Objecten worden door vrijwilligers geregistreerd met behulp van ADLIB Museum. Er is behoefte aan een betaalde medewerker collectie. Museum Tot Zover huurt een depot van Museum Nienoord in Leek (Groningen) waar ook de rouwkoetsen staan. Er wordt doorgewerkt aan registratie en juiste opslag van objecten, maar er kan geen prioriteit worden toegekend aan de conservering van de collectie textiel of aan onderzoek. Wel wordt overwogen een deel van de collectie online te presenteren.

De collectie van Museum Tot Zover is 2013 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.

EEN GREEP UIT DE COLLECTIE:

- Nicolaes Maes, *Doodsportret van een meisje*, olieverf op doek (ca. 1671);
- Jan Willem de Hoog, *Haarboekje Familie De Hoog*, 1871;
- De grootste collectie herinneringswerken met haar van Nederland (haarschilderijen, sieraden, medaillons);
- Papierknipwerk van Johannes Hubertus Reygers uit 1818;
- Diverse post-mortemportretten (schilderij, tekening, foto; 1800-heden);
- Bijzondere urnen van onder meer Maria van Kesteren; Willem Dudok, Willem Coenraad Brouwer, Guusje Beverdam en Lonneke te Kamp (Over Mijn Lijk);
- Collectie van werken Aat Veldhoen (schenking 2024);
- Marjolijn Frijling, 180 Amsterdammers, video (2019);
- Nelleke van Lomwel en Laura Hooreman, *Dödlük*, fictieve IKEA doodskist en handleiding (2017/2020);
- Kiriko Mechanicus, zeven video's over eten & rouw in verschillende gemeenschappen (2023);
- De grootste collectie lijkwagenmodellen van Europa (250 stuks);
- Een grote Nederlandse collectie dood-gerelateerd speelgoed;
- Grote collectie objecten die worden gebruikt bij uitvaarten van verschillende gemeenschappen;
- Diverse fotoseries (Karel Maat, Bianca Sistermans, Satijn Panyigay, Simone Henken, Emma Kisiel, etc.);
- Een serie van tachtig tekeningen gemaakt door Clemens Merkelbach van Enkhuizen van het sterfproces van zijn vriend Gerard.



BEDRIJFSVOERING

In de periode 2021-2023 is kritisch gekeken naar de bedrijfsvoering van Museum Tot Zover. Dit mede naar aanleiding van verschillende ontwikkelingen. Ten eerste stopten drie bedrijfsdonateurs, om verschillende redenen (twee bedrijven werden overgenomen en De Nieuwe Ooster trok de jaarlijkse financiële bijdrage in). Hierdoor daalden de inkomsten met circa € 80.000. Ten tweede het nijpende gebrek aan personele capaciteit. Voor het runnen van museum en kenniscentrum met ambitieus tentoonstellings-, onderwijs- en activiteitenprogramma, plus een café, is een staf van 3,2 fte (plus een weekendsuppoost) ontoereikend. Het bestuur is vol lof over wat de kleine staf doet, maar de situatie waarbij het vaste personeel structureel veel overwerkt bleek onhoudbaar en bovendien onwenselijk in het licht van goed werkgeverschap en de Fair Practice Code. Ten derde was de werkrelatie met huisbaas De Nieuwe Ooster op een dieptepunt beland met een dreigend juridisch conflict inzake gehuurde ruimtes, medegebruik begraafplaats en uitbaten van gezamenlijk café.

Aan het bestaansrecht van het museum werd niet getwijfeld, de vele geviseerde partijen en betrokkenen maakten een sterk gemotiveerde indruk inzake nut, noodzaak en kwalitatief-inhoudelijke koers van het museum. Voorts heeft een externe bedrijfsadviseur na het doorrekenen van diverse scenario's een actie-agenda opgesteld met minimale voorwaarden voor een gezonde museumexploitatie. Kosten gaan voor de baten uit. Formatie-uitbreiding is absoluut noodzakelijk om aan de ambities te voldoen, om het educatief aanbod te verwezenlijken, om de stafleden beter in hun kracht te zetten.

Er werden twee nieuwe bedrijfsdonateurs geworven (€ 50.000). Er is daarnaast langdurig en intensief gelobbyd bij het Vaillant Fonds met als resultaat dat Tot Zover met ingang van 2024 een meerjaren-subsidie ontvangt van € 200.000 per jaar voor de periode 2024-2028. Ook keerde de relatie met de

nieuwe directie van De Nieuwe Ooster ten goede. Het museum kan café Roosenburgh blijven exploiteren. Er moet weliswaar wat geschoven worden met ruimtes, maar niet ten nadele van het museumoppervlak. De plannen en afspraken worden in 2024 nader gedetailleerd en afgerond.

ORGANISATIEMODEL EN BESTUUR

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

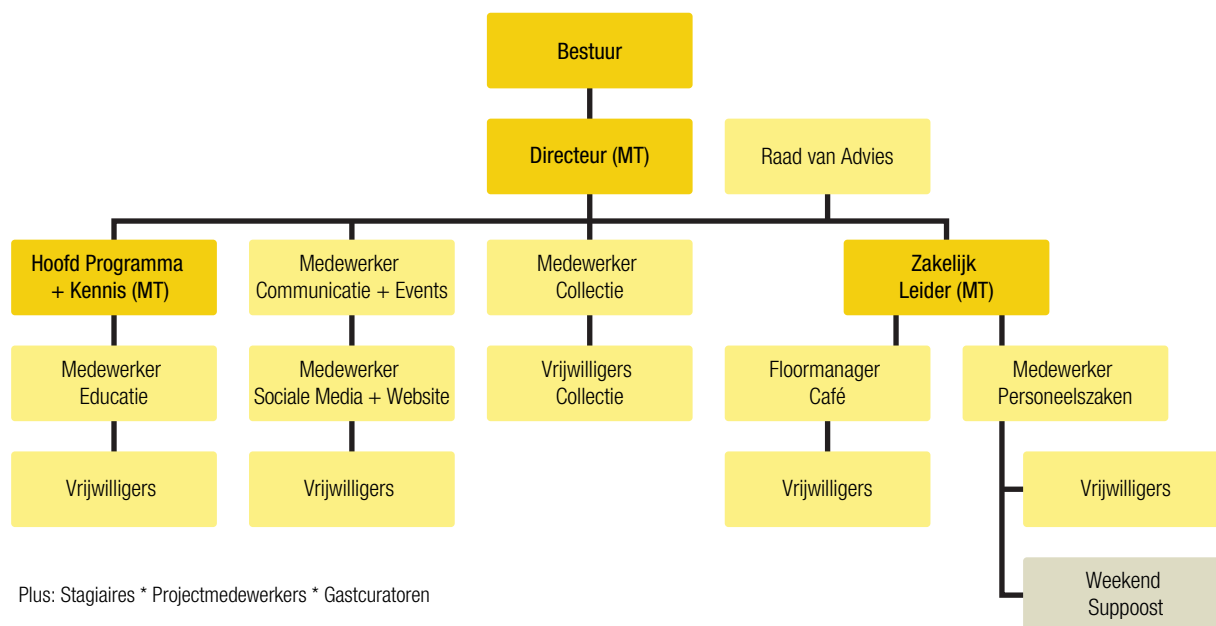
Het bestuur bestaat uit personen met verschillende competenties en netwerken. Er is een raad van advies waarin experts op het gebied van funeraire geschiedenis en rituelen zitting hebben. De grote bedrijfsdonateurs hebben ook recht op een zetel in de raad van advies. Het bestuur van de Stichting Nederlands Uitvaartmuseum is zich bewust van het feit dat er sprake is van belangenvermenging, daar enkele leden werkzaam zijn voor organisaties die donateur zijn van het museum. Het bestuur ziet dit als gewenste belangenvermenging en evalueert dit jaarlijks. Op moment van schrijven van dit plan is de penningmeester net afgetreden en een nieuwe penningmeester geïnstalleerd. Van de vier bestuursleden hebben er twee een uitvaartprofiel en twee een cultureel profiel (marketing respectievelijk artistiek/onderwijs). Er wordt in 2024 gezocht naar een bestuurslid met een (zakelijk) museumprofiel.

Er wordt gezocht naar verdere diversifiëring van bestuur, raad van advies en comité van aanbeveling vanuit de culturele en dan vooral uit de museale wereld. Van groot belang is dat genoemde gremia representatief zijn voor de samenleving.



In 2021 schonk CUBE aan Tot Zover in een mooie collectie design objecten rondom de dood.

Het organogram per 2025 ziet er als volgt uit.



PERSONEEL

In de periode 2025-2028 heeft Museum Tot Zover acht betaalde medewerkers, te weten een Directeur (0,8 fte), een Zakelijk Leider (0,8 fte), een Hoofd Programma & Kennis (0,8 fte), een medewerker Educatie (0,8 fte), een medewerker Collectie (0,2 fte), een Medewerker Personeelszaken (0,4 fte), een medewerker Communicatie & Events (0,6 fte), een medewerker Social Media & Website (0,4 fte) een Floormanager Café (0,6 fte) en een weekendsuppoost (0,3 fte). Samen 5,7 fte (3,35 fte in 2023).

Zo wordt het museum zakelijk verstevigd, hebben directeur en hoofd programma voldoende ruimte voor hun primaire taken en kan het museum structureel met educatie en publieksbereik bezig. De drie MT-leden hebben bovendien tijd voor development en relatiebeheer, daar waar eerder kansen bleven liggen. De medewerker collectie professionaliseert de collectieregistratie en inspecteert de conditie van de collectie – iets wat steeds belangrijker wordt, nu onze collectie is gegroeid in aantal en kwaliteit. Er is nog behoefte aan een medewerker technisch beheer (0,2 fte) die problemen en onderhoud vaste presentatie en tentoonstellingen – AV, kleine beschadigingen, schoonmaak – kan verzorgen en kleine klusjes kan uitvoeren, iets wat nu ad hoc wordt gedaan door de leidinggevende staf of een handige vrijwilliger. Taken rondom curatie en organisatie van tentoonstellingen worden in de nieuwe beleidsperiode gedeeld door directeur en hoofd programma. Er blijft behoefte aan gastcuratoren en productieassistentie. Er zal worden gezocht naar manieren om dit – desnoods tijdelijk – te financieren. Met *Een Lekkere Dood* (2023) is daar goede ervaring mee opgedaan.

Er wordt geen cao gevolgd, maar de salarissen en arbeidsvoorwaarden zijn in lijn met die van de museale sector. Er is een pensioenregeling en een beperkt budget voor cursussen. Museum Tot Zover bouwt stapsgewijs aan verdere professionalisering van de organisatie, maar blijft

een compacte en flexibele organisatie waar de lijnen kort zijn en met geringe overheadskosten. *Small scale, high impact*.

Tot Zover kan niet zonder haar ruim vijftig vrijwilligers. Ze krijgen een reiskostenvergoeding en korting op artikelen uit de museumwinkel. Ze zijn verzekerd en er wordt een overeenkomst getekend. Er zijn borrels en personeelsuitjes. De vrijwilligers kunnen ook niet zonder Tot Zover, hun bijzondere loyaliteit tijdens en na corona is daar bewijs van.

Jaarlijks begeleidt Tot Zover één tot drie stagiaires van verschillende opleidingen. Door (afstudeer) opdrachten slim te formuleren in aansluiting op relevante museumvraagstukken ontstaat er veelal een win-win situatie voor beide partijen.

SOCIALE VEILIGHEID EN CODES

We ondersteunen de Govenance Code Cultuur, Fair Practice Code en Code Diversiteit & Inclusie en proberen daar zoveel mogelijk aan te voldoen. Elk jaar worden deze codes onder de loep genomen en wordt bekeken of we daarin extra stappen moeten ondernemen. Het museum betaalt rechten over de afgespeelde muziek bij SENA en BUMA/STEMRA, het past doorgaans de richtlijn kunstenaarshonoraria toe en het heeft de rechten van de in het museum gebruikte beelden in de meeste gevallen afgekocht.

Er is een bedrijfsarts en een externe vertrouwenspersoon. Museum Tot Zover is transparant in financiën en heeft een externe accountant, Kamphuis & Berghuizen. De jaarrekening wordt onder meer op de eigen website gepubliceerd. Er wordt gewerkt met een extern administratiekantoor (Ozcar).

DIVERSITEIT & INCLUSIE

Al vanaf onze opening schenken we in onze vaste collectie aandacht aan diverse vormen van culturele diversiteit ten aanzien van sterven. We tonen van zeven religies hoe afscheid nemen van mensen cultureel gebonden is. We tonen hoe de gay-community aanjager was van uitvaartvernieuwing in de jaren '90. Recent is de vaste presentatie versterkt met een video van Marjolijn Frijling die Amsterdammers uit verschillende herkomstlanden interviewde over sterven.

Het aantal vrouwelijke kunstenaars dat bij ons exposeert is sterk in de meerderheid. Museum Tot Zover werkte in 2018 met Marron-kunstenaar Norita Pinas (solo) en bij verschillende gelegenheden toonden we werk van Remy Jungerman, Narges Mohammadi, Rabih Mroué, Mohammad Faizi Nazir en Razia Barsati. We werkten enkele keren samen met Mezrab. Voor de huidige tentoonstelling Een lekker Dood (2023-2024) maakte Kiriko Mechanicus video's over culinaire rouwgebruiken van mensen van zeven verschillende religies, die ingezet worden in de marketing op social media. Eind 2025 werken we samen met de Tafel van Vijf aan een prachtig project van choreograaf en dansen Perry Gits i.s.m. Bijlmer Parktheater. Muziek gaat in deze voorstelling een dialoog aan met gène en trots rond biculturaliteit, dodenrituelen en dans. In 2027 staat een solo met de bekende Surinaamse kunstenaar Marcel Pinas op stapel. Voor de totstandkoming van al deze activiteiten werken wij altijd samen met diverse cultureel bijpassende partners. Een samenwerking met curator Richard Kofi kwam de afgelopen beleidsperiode niet van de grond. De oorzaak lag in corona en in het feit dat Kofi's carrière er geen ruimte meer voor liet.

De staf bestaat hoofdzakelijk uit vrouwen van verschillende leeftijden. Sinds onze oprichting bieden we werkplekken voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt, mensen met beperkingen en hebben we re-integratie plekken. Via Binoq Atana hebben we in 2018 gepoogd om een bestuurslid met een niet-westerse achtergrond te werven. Een huidig bestuurslid heeft een biculturele achtergrond. Voor alle vacatures in 2022 is er inclusief geworven volgens het model van het Amsterdam Museum, dat ons hierbij heeft begeleid. Helaas had dit geen resultaat. Toch gaan we opnieuw proberen inclusief te werven.



Met de verhalenvertellers van Mezrab worden (tweejaarlijks) activiteiten georganiseerd rondom verlies.

Het onderwerp van ons museum vereist een zorgvuldige en veilige omgang met sterke emoties. We proberen daarom in alles wat we doen een inclusieve houding te hebben, ook ten aanzien van rouw op de werkvloer. We volgen de aanbevelingen op codedi.nl. Uiterlijk in 2025 heeft Tot Zover een bestuurslid en twee leden van de Raad van Advies van niet-westerse afkomst.

Wat publiek betreft zien wij dat het publiek diverser is, zodra we in de programmering een breedte aan perspectieven tonen. Dit zetten wij door. Tot Zover gaat beter op doelgroepen letten in de komende beleidsperiode. Daarbij kiezen wij welbewust voor thema's en vormen die voor heel diverse doelgroepen interessant zijn. Dat geldt evenzeer voor de gebruikte marketingkanalen en de content van de socials. Waar nodig volgen we trainingen om ons bewuster te worden van onze witte vlekken. Er is in januari 2024 een nulmeting gedaan door drie werknemers (Rapportage beleidsscan Code D&I). Tot Zover scoort gemiddeld een 3,2 op een schaal van 5. Er is, kortom, werk aan de winkel.



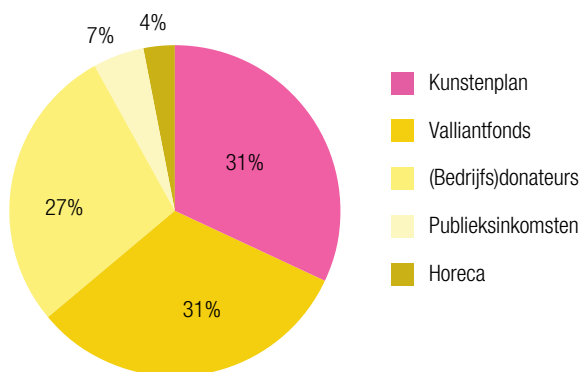
HUISVESTING

Museum Tot Zover is deels gehuisvest in de zogeheten 'doodgraverswoning' van De Nieuwe Ooster uit 1894. 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. Op de bovenverdieping van de oudbouw is het kantoor ingericht. Museum Tot Zover huurt de museumruimte en het kantoor van De Nieuwe Ooster. Het museum krijgt fikse huurkorting omdat het zorgt voor werving, roostering en begeleiding van de cafévrijwilligers. Tot Zover heeft hiertoe een floormanager in dienst. De Nieuwe Ooster is verantwoordelijk voor het MOP. Museum Tot Zover prijst zich gelukkig met de huisvesting - nu de werkrelatie met De Nieuwe Ooster is hersteld - maar er is en blijft ruimtegebrek. De tentoonstellingsruimte is met 250 m² erg beperkt voor de vele verhalen die we willen vertellen. Groepen moeten altijd opgesplitst en/of naar buiten. Een kleine uitbreiding naar de tuin is mogelijk, alsook het beter benutten van het terras door een verharding. Het kantoor is te klein, de bibliotheek heeft weinig ruimte voor uitbreidingen en er is nood aan opbergruimte. De Nieuwe Ooster heeft opslagruimte ter beschikking gesteld in hun kelderverdieping. Het museum heeft een gebruikersvergunning. Noodverlichting, nooduitgangen, vluchtroutes en blusmiddelen worden jaarlijks gecontroleerd. Elektronische beveiliging loopt via Intersafe. Een duurzame en oplossingsgerichte visie inzake huisvesting van Tot Zover blijft de komende beleidsperiode op de agenda staan.

FINANCIËN

Tot Zover heeft een grote slag geslagen met het aantrekken van het Vaillant Fonds voor een stevige meerjarenfinanciering. Nu kan werk worden gemaakt van een betere organisatie en kunnen ambities beter worden uitgevoerd, vooral op het gebied van professionalisering van de organisatie, personele uitbreiding en educatie. Ook kan er een vast budget komen voor aanpassingen aan de vaste presentatie en voor kleine tentoonstellingen.

BATEN



DONATIES

Museum Tot Zover wordt gesteund door bedrijfsdonateurs uit de uitvaartwereld. "De afhankelijkheid van de hoge sponsorbijdragen is groot en is daardoor ook een risico voor de continuïteit. Omdat er sprake is van meerdere sponsors blijft dat risico echter beperkt. Dat het museum deze situatie verder probeert te verbeteren, door andere inkomstenbronnen aan te boren en de publieksinkomsten te verhogen, is niettemin een goede zaak." Dit schreef het AFK bij de toekenning van de vierjarige subsidie in 2016. Met ingang van 2024 is het Vaillant Fonds een grote financier. Daarnaast zijn er nog altijd bedrijfsdonateurs uit de uitvaartwereld. De financiering van Vaillant Fonds is onder voorwaarde dat de jaarlijkse donatie geen vervanging is van de huidige financiële inkomsten van het museum, maar een verruiming van het huidige museumbudget. De donatie is gelabeld voor 'educatie/scholing/kennisdeling en kennisvermeerdering en geestelijk welzijn in de breedste zin van het woord met betrekking tot alles rondom de dood.'

SUBSIDIEAANVRAAG KUNSTENPLAN 2025-2028

Het museum vraagt € 200.000 aan het AFK (2025). Dit is 31% van het geplande jaarbudget en absoluut meer maar procentueel een kleiner deel van het budget dan in de huidige periode (2024: € 156.953). De overige 69 % komt uit de eigen inkomsten (Vaillant Fonds, bedrijfsdonaties, particuliere donateurs, entree en winkel). Dit hoge percentage aan jaarlijkse donaties is uniek in de Amsterdamse museumwereld. Het bij het AFK aangevraagde bedrag is € 43.047

hoger dan het huidige bedrag. Daarmee kunnen we ons qua personeel en besteedbaar budget versterken op het gebied van digitale communicatie en presentaties.

PROJECTFINANCIERING

Voor projecten wordt vooral een beroep gedaan op de bekende (en soms minder bekende) fondsen, zoals Mondriaan Fonds, VSBfonds, Cultuurfonds, Vereniging Rembrandt, Fonds 21 en Zabawas. Toch is een hoger tentoonstellingsbudget noodzakelijk voor kleinere projecten en als eigen bijdrage aan grotere projecten. De meerjarenbegroting voorziet hierin. Ons is gebleken dat het steeds moeilijker wordt projecten goed gefinancierd te krijgen en daar hebben we rekening mee te houden. Onze tentoonstellingsprogrammering 2025-2028 is volgens ons zeer kansrijk bij subsidieaanvragen. Want het is liefdevol, luchtig en met lef.



Liefdevol contact bij *Kwaadaardig mooi* - Kunstenaars verbeelden kanker.

BIJLAGEN

BATEN							
2.Subtotalen Exploitatie	4.Exploitatierekening	5.Toelichting Exploitatierrek.	2025	2026	2027	2028	TOTAAL
Directe inkomsten	Publieksinkomsten	Entree	15.000	16.200	17.496	18.896	67.592
		Opbrengsten uit winkel verkopen	8.500	9.180	9.180	10.708	37.568
		Horeca	22.000	23.760	25.660	27.714	99.134
		Overige publieksinkomsten	8.000	8.640	9.331	10.078	36.049
	Totaal Publieksinkomsten		53.500	57.780	61.667	67.396	240.343
	Overige inkomsten	Overige directe inkomsten	7.500	8.100	8.748	9.448	33.796
	Totaal Overige inkomsten		7.500	8.100	8.748	9.448	33.796
Totaal Directe inkomsten			61.000	65.880	70.415	76.844	274.139
Bijdragen uit private middelen	Bijdragen uit private middelen	Bijdrage van private fondsen	377.511	377.511	377.511	377.511	1.510.044
	Totaal Bijdragen uit private middelen		377.511	377.511	377.511	377.511	1.510.044
Totaal Bijdragen uit private middelen			377.511	377.511	377.511	377.511	1.510.044
Structurele subsidies	Structurele subsidie AFK	Structurele subsidie gemeente	200.000	200.000	200.000	200.000	800.000
	Totaal Structurele subsidie AFK		200.000	200.000	200.000	200.000	800.000
Totaal Structurele subsidies			200.000	200.000	200.000	200.000	800.000
TOTAAL BATEN			638.511	643.391	647.926	654.355	2.584.183

LASTEN

2.Subtotalen Exploitatie	4.Exploitatierekening	5.Toelichting Exploitatierrek.	2025	2026	2027	2028	TOTAAL
Personeel	Totaal Beheerlasten personeel		-173.074	-173.074	-173.074	-173.074	-692.297
	Totaal Activiteitenlasten personeel		-246.521	-246.521	-246.521	-246.521	-986.085
Totaal Personeel			-419.596	-419.596	-419.596	-419.596	-1.678.382
Beheerlasten materieel	Beheerlasten materieel	Huisvesting	-52.800	-52.800	-52.800	-52.800	-211.200
		Kantoor	-62.650	-62.650	-62.650	-62.650	-250.600
		Algemene publiciteit	-2.000	-2.000	-2.000	-2.000	-8.000
		Afschrijvingen	-652	-652	-652	-652	-2.608
	Totaal Beheerlasten materieel		-118.102	-118.102	-118.102	-118.102	-472.408
Totaal Beheerlasten materieel			-118.102	-118.102	-118.102	-118.102	-472.408
Activiteitenlasten	Activiteitenlasten materieel	Aankopen	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-4.000
		Collectie	-9.000	-9.000	-9.000	-11.000	-38.000
		Tentoonstellingen en activiteiten	-15.000	-15.000	-19.000	-20.000	-69.000
		Marketingcommunicatie	-34.000	-34.000	-34.000	-34.000	-136.000
		Reis, verblijf, sejours	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-4.000
		Educatie	-17.500	-21.000	-21.500	-22.500	-82.500
		Inkoopkosten	-1.500	-1.500	-1.500	-1.500	-6.000
		Inkoopkosten winkel	-600	-600	-600	-600	-2.400
		Horeca inkoopkosten	-12.650	-12.650	-12.650	-12.650	-50.600
		Overige kosten	-1.500	-1.500	-1.500	-1.500	-6.000
	Totaal Activiteitenlasten materieel		-93.750	-97.250	-101.750	-105.750	-398.500
Totaal Activiteitenlasten			-93.750	-97.250	-101.750	-105.750	-398.500
Bijzondere baten en lasten		Toevoeging/onttrekking reserves	-7.063	-8.443	-8.478	-10.907	-34.891
	Totaal		-7.063	-8.443	-8.478	-10.907	-34.891
Totaal Bijzondere baten en lasten			-7.063	-8.443	-8.478	-10.907	-34.891
TOTAAL LASTEN			-638.511	-643.391	-647.926	-654.355	-2.584.181

RESULTAAT

	0	0	0	0	2
--	---	---	---	---	---

Toelichting op de begroting.

De publieksinkomsten zijn per 2026 telkens verhoogd met 8% in verband met de verwachte groei van bezoekers in museum en café. Er is voor gekozen om in deze meerjarenbegroting geen indexering toe te passen op donaties en loonkosten. Met de grote bedrijfsdonateurs is afgesproken dat de jaarlijkse donaties zullen worden geïndexeerd, maar het is een gok hoe hoog de indexaties (CBS prijsindexatie) zullen zijn. Prijsstijgingen kunnen we overigens opvangen. Elk jaar vullen we onze reserves – die de afgelopen twee jaar zijn geslonken – weer aan, zoals een goede bedrijfsvoering vereist. De bijdrage vanuit het Vaillantfonds (€ 200.000 per jaar) geldt voor drie jaar, maar die wordt verlengd met twee als de afgesproken doelstellingen worden behaald.

De bijdragen private middelen bestaan enerzijds uit genoemde meerjarendonatie van het Vaillantfonds en anderzijds uit bijdragen van organisaties uit de uitvaartbranche.

Projectfinanciering is in deze begroting niet opgenomen en dat geldt ook voor bijbehorende projectkosten. Indien een aanvraag voor een project niet wordt gehonoreerd gaat het project niet door.

Fragmenten uit het gastenboek

BIJLAGEN

"First time in this museum. Enjoyed the exhibitions very much, and helped me to process the recent passing of my father."

—

"Wat een leuke en luchtige manier om met de dood / rouw bezig te zijn. Ik ben aan het denken gezet en geraakt. Dankjewel (hartje) "

—

"It is important to record the cultural aspects surrounding death and mourning, both Dutch and from other parts of the world. This museum has the courage to present this those willing to look into this type of heritage. Very interesting changing exhibits."

—

"Wat een bijzondere tentoonstelling en wat mooi, respectvol, boeiend en herkenbaar opgesteld. De gemaakte kunst vind ik prachtig. Tot dusver & tot zover: klasse!
p.s. En goed dat dit museum bestaat!"

—

"Een liefdevolle tentoonstelling met herkenbare rituelen en persoonlijke intieme manieren van afscheid.
p.s. Na het vangen van de kippen voor de slacht in een kibboets (1973) aten wij ook halva!"

—

"Mooie, heerlijke presentatie. Met als hoogtepunt de video van de twee cakebakkers.
We zijn geïnspireerd voor ons einde!"

—

"Really beautify and special museum, one of the best I've been to during my stay in the Netherlands."

—

"Een indrukwekkend museum dat tot nadenken stemt – op een positieve, troostende manier. De tentoonstelling is met aandacht en precisie in elkaar gezet. Ik zou graag de kaartjes van de bingo in de shop zien om thuis te bespreken."

—

"Na het opstijgen van de ziel, geassocieerd met boven, is het tijd voor de nabestaanden om te eten, verbonden met moeder aarde, met materie, met beneden.
Heel klein, maar heel mooi."

—

"Bedankt! Heel waardevol, kanker en kunst blijken goed samen te gaan."

—

"Inderdaad, héél dichtbij!
In tranen en ook ietwat jaloers dat ik er geen uiting aan kon geven zoals jullie. Ik was alleen gehuld in onmacht. Onmacht die verstijfde.
Prachtige expositie! Dank dank dank."

—

"Heel mooi gedaan, prachtige werken en invoelbaar. Zeker rakend! Dankjewel!
Maar jeetje, 10 jaar gezocht naar een expositie plek. Jammer dat dit niet meer plekken gaat krijgen want het werkt ook helend, wie weet..."

—

"Vóór de ONTROERTOER eerst landen. Na de tour ontroerd!"

—

"Bedankt voor de troost."

—

"Heel indrukwekkende, leerzame en bijzondere expositie. Verrassende inkijk in de belevenissen rond ernstige ziekte en de dood. Eigenlijk verplicht te bezoeken voor iedereen die van plan is ooit te overlijden."

—

"Ik volg een opleiding in de uitvaartbranche. Ik vind dit museum heel erg interessant, leerzaam en inspirerend"

—

Een fijne, bijzondere en warme middag bij dit museum. Mede de lieve en gezellige vrijwilligers maakten voor mij deze middag compleet. Ga zo door!"

—

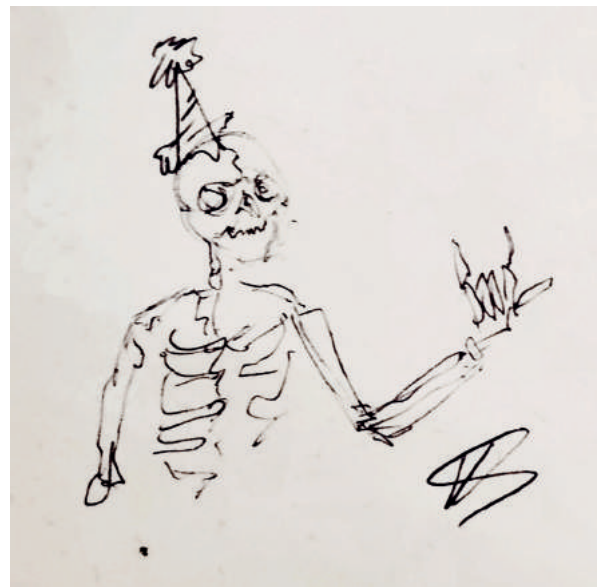
"Thankyou very much for devoting a museum to such a 'taboo' yet so important subject. The Sarah Grothus exhibit left me breathless."

—

"Petit Musée Très sympathique"

—

"Stil.....het moment 'NU' waarderen"



Het klemme, maar
geen begrip:
Joos te museum
9 sept. 2021

Wat schrijft de pers? 2021-2023

BIJLAGEN

“Met de verwerving van een portret van Nicolaes Maes haalde Museum Tot Zover zijn meest spectaculaire collectiestuk binnen. Restauratie legde bovendien toegedekte geheimen bloot.”

Edo Dijksterhuis, Het Parool, Eindhovens Dagblad, BD, De Gelderlander, de Stentor 11/06/2021

“Ik zoek mijn toevlucht in het bescheiden museum in een hoek van de begraafplaats. Tot Zover maakt exposities over sterven en verdriet. Heikel maar het slaagt er wonderwel in om niet de rouw te exploiteren waarmee nu eenmaal een deel van het publiek hier binnenkomt.”

Joyce Roodnat, NRC 18/08/2021

“Dit kunstwerk van Roos van Geffen zou niet misstaan in het Stedelijk”

Maarten Moll, Het Parool 19/08/2021

“Als je dit museum binnenstapt, moet je een opening in jezelf zoeken. Een opening om te voelen. Deze plek maakt de dood minder eng, minder ongrijpbaar. Het is een veilige plek om met de dood bezig te zijn. Die kunst schept verdieping, maar tegelijkertijd ook afstand.”

Laurina de Visser, verliesbegeleider, De Correspondent, ‘In dit museum is de dood doodgewoon’ 08/12/2021

“In Museum Tot Zover komen de sprookjesachtige en gruwelijke werken van de Duitse kunstenaar tot hun recht.”

Sarah van Binsbergen, Volkskrant, 08/03/2022

“Ruim een op de drie Nederlanders praat nooit over de dood. Moet je misschien toch eens richting begraafplaats de Nieuwe Ooster in Amsterdam waar dit fascinerende museum al vijftien jaar alles uit de kast haalt om de dood bespreekbaar te maken. Met een lach en een traan. Net als het leven zelf.”

Matthijs Meeuwse, AD 02/04/2022

“Een ontroerende en zeer mooie tentoonstelling. Het is Kwaadaardig Mooi, geen betere omschrijving dan voor het leven zelf.”

*****Jellie Brouwer, Kunststof NPO radio, 16/09/2022

“Een indrukwekkende expositie. Je kan goed zien waar de pijn heeft gezeten bij de kunstenaars. Ze maken de impact van kanker zichtbaar, je kan er als bezoeker goed in meegaan.”

Nadia de Vries & dr. Leni van Doorn, Mr. Motley, 26/09/2022

“Een kleine, delicate tentoonstelling met indrukwekkend werk van een beangstigende schoonheid.”

Jan Pieter Ekker, Het Parool, 29/10/2022

“Lang leve de dood in kunst. Soms verbloemd met symboliek of heel direct, zoals in het pakkende 17^{de} eeuwse postmortem portret van een meisje uit Dordrecht bij Museum Tot Zover.”

Ellen Lang, FD, 03/03/2023



“In de tentoonstelling Een lekkere dood gaat het over het belang van eten en drinken bij de dood. En over smakelijke en liefdevolle herinneringen. Ja, eten kan heel troostrijk zijn.”

Charlotte Kleyn, Het Parool, 06/06/2023

“Veel mensen willen niet met de dood geconfronteerd worden, zeker niet in hun vrije tijd. Maar de bezoekers die ik hier sprak, vinden het veel minder eng dan ze vooraf dachten.”

Rens Nijholt, Panorama, zomerserie Merkwaardige musea, nr 30, 2023

“De tranen zaten nog wat los, het vliesje rouw was flinterdun. Zou ik bestand zijn tegen de gevoelens die de tentoonstelling in Tot Zover bij mij zouden worden oproepen? Dus een beetje onzeker ging ik met L. mee. Ik stapte achter haar aan, over de drempel, de eerste tentoonstellingszaal binnen. Een serene spierwitte zaal, waarbij het eerste object meteen al ‘raak’ was. (...) Deze tentoonstelling moet iedereen gaan zien.”

Marjan Berk, Mokum Magazine, 22/08/2023

“Ik ben twee uur in het museum geweest, of zoals ze in Twente zeggen: 2 urn. Vond je deze video leuk? Geef een lijk.”

Dumpert “Pas op! Deze video bevat zwarte humor”, 03/08/2023

2021

TENTOONSTELLINGEN



Ik Ben Mijn Lichaam Niet –
Vanesa Abajo Pérez
& Maud Vanhauwaert
12-12-2020 – 08-08-2021



Overgave –
Roos van Geffen
& Studio 212 Fahrenheit
24-06 t/m 22-08-2021



*Schemering. Dwaal mee
door de dood* –
Sarah Grothus
04-09-2021 t/m 27-03-2022



*Portret van overleden meisje
(ca. 1669)* –
Nicolaes Maes
Restauratie – zomer 2021

EVENTS

- Zondag matinee: lezing Joke Hermsen
- Theater: Laat Me Niet Alleen door Daan Bosch, 2 daags
- Zondag matinee: lezing Lianne van Sadelhoff, interview Roos van Geffen, met Nathalie Smoor (zang)
- Opening Schemering: lezing René Gabriels, Guus Sluiter
- Dr. Birger: Rebirth – participatieve performance na de pandemie, 2 daags
- Museumnacht
- Met de dood in huis #1 avondvullend programma in Pakhuis de Zwijger
- Koffie- cakelezing: Dick Wittenberg 'Wat doen we met de spullen?'
- Yoga in het museum met Barbara Labrie

EDUCATIE + FUNERAIRE ACADEMIE

- Doodgewoon in de klas online lesomgeving (doorlopend)
- Gastlessen op school (doorlopend)
- Kinderkunst biënnale in OBA
- Funeraire Academie Webinar met de BGNU 'lessen van corona'
- Funeraire Academie 'Uitvaart in tijden van Corona' online participatie project + serie interviews (doorlopend)
- Expertmeeting Funeraire Canon 2.0
- Drie onderwijsstages en -opdrachten (Pabo UvA, Radboud Universiteit, denktank minor, Pabo Hanzehogeschool Groningen)
- adviezen, artikelen en (online) lezingen in Amsterdam en het (buiten)land

Overzicht activiteiten 2021-2023

BIJLAGEN

2022

TENTOONSTELLINGEN

herman
de vries
*vergaan



"een spannende tentoonstelling over
vergankelijkheid die nog lang nadenkt"
- marjan berk in ad

Nederlands
Uitvaart Museum
tot ZOVER
Amsterdam | Amsterdam DIT | Amsterdam

22.04 - 28.08.22

vergaan –
herman de vries
22-04 t/m 28-08-2022



**DUTCH
DEATH
DESIGN**

Nederlands
Uitvaart Museum
tot ZOVER

11.05.22/22.02.23

Dutch Death Design
11-05-2022 t/m 16-04-2023



**Kwaadaardig
mooi**

kunstenaars
verbeelden
kanker

Kobus van Cuijck
Sjoon Evers
Nico Tiekamp
Wouter Huisman
Sjoon Hilten
Rikke Pijburg
Kim Tielman



Nederlands
Uitvaart Museum
tot ZOVER

Kwaadaardig mooi –
Kunstenaars verbeelden Kanker
16-09-2022 t/m 16-04-2023

ACTIVITEITENPROGRAMMA

- Yogalessen door Barbera Labrie in Grote Zaal (landelijke actie tegen coronamoeheid)
- Met de dood in huis #2 (Pakhuis de Zwijger & FA)
- Twilight Stories (verhalenvertellersavond, i.s.m. Mezrab)
- Schemering Ochtendshow met boekpresentatie, Cees de Boer en Mette Sterre
- Met de dood in huis #3 (Pakhuis de Zwijger & FA)
- Opening expo herman de vries (Cees de Boer, PJ Roggeband, Guus Sluiter)
- Opening Dutch Death Design (Marieke Sonneveld, Iris de Vries, Guus Sluiter)
- Koffie- en cakelezing: Wim Huijser
- Opening Kwaadaardig Mooi met Jellie Brouwer
- Stand op Nationale Uitvaartbeurs
- Museumnacht
- Koffie- cakelezing: Marli Huijser
- PJ ROGGE BAND ONTROERTOER - 6 zondagen

EDUCATIE + FUNERAIRE ACADEMIE

- 3 Uitvaartlabs Funeraire Academie, Enschede, Hilversum, Amsterdam
- Funeraire Academie Webinar Dood en uitvaart – internationaal (corona)
- Doodgewoon in de klas online lesomgeving (doorlopend)
- Gastlessen op school (doorlopend)
- Schoolgroep rondleidingen in museum en over begraafplaats
- Programma's op maat voor IMC weekendschool Zuidoost, Kunstschooldagen, en Rode Loper op school
- Vier onderwijsstages en –opdrachten (UVA, UU, TU Delft End-of-life lab)
- adviezen, artikelen en lezingen in Amsterdam en het (buiten)land

2023

TENTOONSTELLINGEN



Een Lekkere Dood.
Wat eten we bij afscheid en rouw?
06-06-2023 t/m 11-02-2024



Haarboekje Familie de Hoog + haarwerkvitrine.
Nieuwe Presentatie na restauratie
12-12-2023

EVENTS

- Koffie- en cakelezing met Fokke Obbema en kunstenaars
- Opening Een Lekkere Dood met Petra Possel
- Koffie- en cakelezing special + presentatie magazine
- Boekpresentaties
- Workshop Suikerschedels maken
- Museumnacht
- Verliesdiners
- PJ Roggeband ONTROERTOER MET SMAAK – 7 zondagen
- Haarboeketsymposium + presentatie magazine

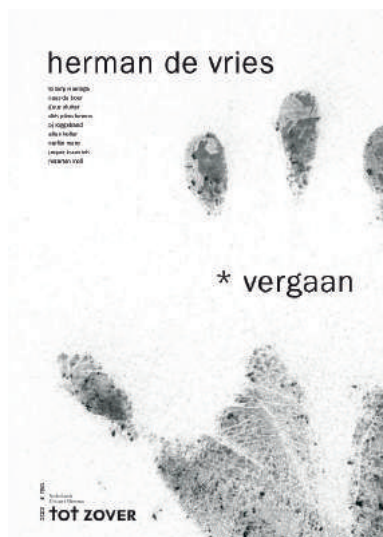
EDUCATIE + FUNERAIRE ACADEMIE

- Startconferentie Mors Neerlandica
- Funeraire Academie 10 jaar – jubileum symposium
- Doodgewoon in de klas online lesomgeving (doorlopend)
- Gastlessen op school (doorlopend)
- Schoolgroep rondleidingen in museum en over begraafplaats
- Workshop Nieuw Rouwgebak met roc-brood & banket
- Programma's op maat Kunstschooldagen en Rode Loper op school
- Eén onderwijsstages (Breitner academie)
- Adviezen, artikelen en lezingen in Amsterdam en het (buiten)land

Overzicht activiteiten 2021-2023

BIJLAGEN

PUBLICATIES



Magazine
vergaan –
herman de vries
44 p. / 2022



Magazine
Een Lekkere Dood:
wat eten we bij afscheid en rouw?
52 p. / 2023



Magazine
Een boeket van mensenhaar:
restaurantie, betekenis, context
48 p. / 2023