CONCEPT



Masterplan Nationaal Museum Atlantikwall

Behouden, bezinnen, beleven en verbinden

Opdrachtgever:
Stichting Museum Atlantikwall Noordwijk

Realisatie:
DestinatieX

Datum:
Maart 2025

Masterplan Nationaal Museum Atlantikwall

Behouden, bezinnen, beleven en verbinden

Samenvatting

Het Atlantikwall Museum Noordwijk heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot een onderscheidende parel onder de Alantikwall musea. Het unieke complex met 12 bunkers en 500 meter gangenstelsel is stapsgewijs ontsloten. De ambitie is om door te groeien tot Nationaal Museum Atlantikwall. Dit masterplan beschrijft hoe het museum zijn unieke positie kan benutten om een toonaangevend nationaal belevingscentrum te worden over de Atlantikwall, een van de grootste militaire bouwwerken uit de moderne geschiedenis.

Het museum in Noordwijk is uniek vanwege de authentiek bewaard gebleven kustbatterij. Het museum kan daarnaast onderscheidend zijn ten opzichte van andere musea door de schaal, een brede nationale en internationale blik op de Atlantikwall (van militaire strategie tot de menselijke gevolgen), een eigentijdse bezoekerservaring met interactieve technieken, storytelling en presentaties die verschillende generaties aanspreken. Daarnaast kan het museum een verbindende schakel zijn binnen het Nederlandse Atlantikwall-erfgoed en actief doorverwijzen naar deze locaties.

In het masterplan is de mogelijke ambitie, missie en visie beschreven van een nationaal museum, waarbij de nadruk ligt op het vertellen van een compleet verhaal van de Atlantikwall. Met als doel bij te dragen aan een beter begrip van de geschiedenis en haar relevantie voor het heden. Door het combineren van educatie en ervaring kan bewustwording worden gecreëerd over de waarde van vrijheid. Daarbij kan het museum een sterk verbindende en verwijzende rol spelen naar andere musea binnen de Atlantikwall, maar ook bijdragen om meer aandacht te genereren voor de Atlantikwall als geheel.



Dit is vertaald in uitgangspunten voor een concept, waarbij het museum is opgedeeld in drie zones met een eigen focus en sfeer. Het noordelijke gangenstelsel met het nationale verhaal over de Atlantikwall, de vuurleidingsbunker als blik op het dagelijks leven en werk van Duitse soldaten in een commandopost en het zuidelijke gangenstelsel als een avontuurlijke ontdekking van oerbeton.

Tot slot brengt het masterplan de organisatorische consequenties in kaart. De transitie naar een nationaal museum vraagt om versterking van de organisatie, een duurzaam financieringsmodel, vraaggerichte marketing en intensieve samenwerking met erfgoedinstellingen, overheden en overige partners. Door deze koers kan Noordwijk stapsgewijs uitgroeien tot het Nationaal Museum Atlantikwall. Een icoon voor de Atlantikwall, waarbij behoud, bezinning, beleven en verbinden centraal staan.



Inhoudsopgave

1 De plek

1.1 De Atlantikwall 10
1.2 Stützpunktgruppe Katwijk-Noordwijk 11
1.3 Locatie Noordduinen in Noordwijk 11
1.4 Atlantikwall Museum Noordwijk 11

2 Analyse van Atlantikwall musea

2.1 Musea langs de Atlantikwall 14
2.2 Analyse van de musea 14
2.3 SWOT analyse Atlantikwall Museum Noordwijk 19
2.4 Onderscheidend vermogen 20

3 De bezoeker

3.1 Trends en ontwikkelingen 23
3.2 Nieuwe generaties in beeld 24
3.3 Oorlogstoerisme 25

4 De ambitie

4.1 De uitdagingen 27
4.2 Rol en ambitie 28
4.3 Missie 29
4.4 Visie 29

5 Uitgangspunten voor het concept

5.1 Een museum met drie zones **31**
5.2 Bezoekersbeleving **32**
5.3 Doelgroepen **35**
5.4 Kenmerken presentatie **38**
5.5 De verhalen **38**
5.6 Actuele educatieve thema’s **41**
5.7. Toegankelijkheid **42**

6 Organisatie

6.1 Een nationaal museum **45**
6.2 Fysieke capaciteit **46**
6.3 Menselijke capaciteit **46**
6.3 Financieel **47**
6.4 Marketing **49**
6.5 Kenniscentrum **50**
6.6 Samenwerking **51**
6.7 Stapsgewijze groei **52**

Bronnen

Literatuur **54**
Fotografie **54**
Gesprekspartners **54**

Een 5000 kilometer lange verdedigingslinie: één van de grootste militaire bouwwerken uit de moderne Europese geschiedenis.



Atlantikwall Museum Noordwijk

De plek

De Atlantikwall is een imposante verdedigingslinie, gebouwd door nazi-Duitsland tijdens de Tweede Wereldoorlog om een geallieerde invasie tegen te houden. Hoewel nooit volledig voltooid, had de Atlantikwall een enorme impact op zowel het landschap als de lokale bevolking. Na de oorlog werden grote delen van de verdedigingslinie gesloopt, verborgen of kregen ze een alternatieve bestemming. Ook de kustbatterij in Noordwijk was verborgen, maar door jarenlange inspanningen van vrijwilligers is deze weer in ere hersteld. In dit hoofdstuk geven we een korte introductie op het thema Atlantikwall, de Stützpunktgruppe Katwijk-Noordwijk en de kustbatterij in Noordwijk.

1.1 DE ATLANTIKWALL

In mei 1940 wordt Nederland - na de inval door Duitsland - onderdeel van het Derde Rijk van Hitler. Nadat ook Frankrijk dat jaar capituleert verschuift de grens van nazi-Duitsland naar de westkust van het Europese vasteland. Om een geallieerde invasie te voorkomen werd een meer dan 5.000 kilometer lange verdedigingslinie ontwikkeld langs de gehele westkust, die liep van het noorden van Noorwegen tot het zuiden van Frankrijk.

Het doel was om met zo weinig mogelijk militairen een zo optimaal mogelijke defensie te bieden. De linie was geen aaneengesloten “muur”, zoals de naam doet vermoeden, maar bestond uit een verzameling van onder andere kazematten, bunkers, kanonnen, loopgraven, (tank)versperringen en mijnenvelden. De duinen en het strand werden ‘Sperrgebiet’. De bouw verliep in fasen en werd doorlopend aangepast. Uiteindelijk zijn de bouwplannen slechts voor ongeveer 2/3e voltooid. Want dit enorme project kende ook de nodige problemen, zoals schaarste van materialen, de bureaucratie, strategische bombardementen door de geallieerden en interne geschillen.

De bouw van de Atlantikwall had een enorme invloed op het landschap en de bevolking. Natuurgebieden werden overhoop gegooid, woonwijken gesloopt en burgers geëvacueerd of juist te werk gesteld. Voor Hitler was de Atlantikwall ook waardevolle propaganda om te laten zien waar de Duitsers toe in staat waren. De Atlantikwall is dan ook één van de grootste bouwoperaties van de 20e eeuw. Na de oorlog waren de restanten van de Atlantikwall een pijnlijke herinnering geworden en werden veel delen gesloopt, verborgen of herbestemd. In de Koude Oorlog werden delen van de verdedigingslinie hergebruikt. Vandaag de dag hebben diverse restanten van de Atlantikwall een functie als museum, overwinteringsplek voor vleermuizen of zelfs als vakantiewoning. Op verschillende plekken wordt nagedacht over de wijze waarop de overblijfselen van de Atlantikwall kunnen worden beschermd voor de toekomst of kunnen worden herbestemd.



1.2 STÜTZPUNKTGRUPPE KATWIJK-NOORDWIJK

Langs de kust ontwikkelde de Wehrmacht een netwerk van bunkers en veldversterkingen. Deze steunpunten bevatten bijvoorbeeld een artillerieopstelling, radarcomplex, hoofdkwartier, infanteriepositie of een observatiepost. Losse steunpunten werden met elkaar verbonden door mijnenvelden en tankversperringen. Zo ontstond een groot afgebakend verdedigingsgebied, dat een Stützpunktgruppe werd genoemd. Van hieruit werd zowel land als zee verdedigd. Tussen de Stützpunktgruppen lagen minder sterk verdedigde kuststroken (Freie Küsten).

Katwijk en Noordwijk vormden samen een Stützpunktgruppe. De boulevards van deze kustplaatsen waren kwetsbare plekken in de verdediging. Bewoners in dit gebied moesten vertrekken. In Katwijk werden hiervoor complete woonwijken gesloopt. Ook vliegveld Valkenburg viel binnen de grenzen van het verdedigingsgebied. Aan de landzijde werd een zigzaggende tankgracht aangelegd en in de duinen grote geschutsbatterijen.

1.3 LOCATIE NOORDDUINEN IN NOORDWIJK

Waar de Noorddduinen in Noordwijk voor de Tweede Wereldoorlog nog een golfterrein was, veranderde dat eind 1940. De Duitse marine legerde hier ruim 180 soldaten en bouwde een enorm complex van bunkers, gevechtsopstellingen en woonverblijven. Voor de aanvoer van het beton werd een spoorlijn aangelegd tot bij de bunkers. De bouw ging bijna de hele oorlog door.

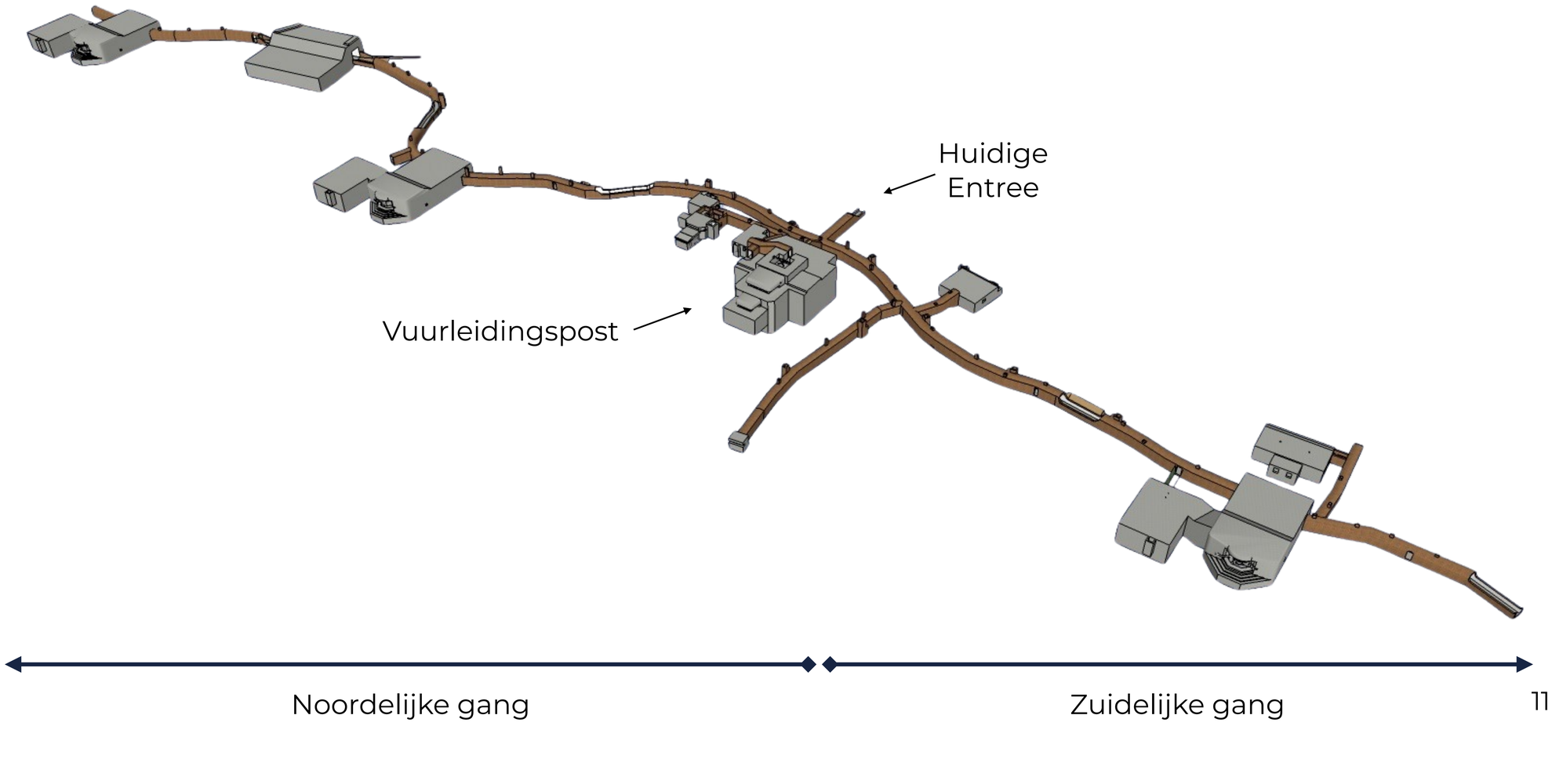


Na de oorlog is het gevechtsgeschut ontmanteld. Het werd voor kinderen een populaire speelplek. Begin jaren ‘70 werden de bunkers afgesloten en onder het duinzand weggewerkt. Met uitzondering van een grote munitieopslagbunker. In verband met de Koude Oorlog werd deze bunker voorbereid om kunstvoorwerpen te kunnen opslaan. In deze bunker is nu Museum Engelandvaarders te vinden. Een museum dat het verhaal vertelt van de Engelandvaarders die in de Tweede Wereldoorlog naar Engeland gingen om daar te vechten tegen Nazi-Duitsland.

1.4 ATLANTIKWALL MUSEUM NOORDWIJK

Na de oorlog zijn veel restanten van de Atlantikwall gesloopt. In Noordwijk is een complete kustbatterij onder het zand bewaard gebleven. Door de bouw van enkele villa’s in het gebied is een klein deel van het gangenstelsel niet meer toegankelijk. Daardoor is de munitiebunker aan de Bosweg, waarin Museum Engelandvaarders gevestigd is, niet meer verbonden met de rest van het complex.

Het resterende complex bestaat uit een stelsel van 12 bunkers, verbonden door een 500 meter lang gangenstelsel. Zo is er een vuurleidingspost (commandobunker S414 met drie verdiepingen), drie geschutsbunkers, zes manschappenbunkers en een munitieopslagbunker. Het Noordwijkse complex is vanwege het gangenstelsel en de commandobunker S414 uniek binnen de totale Atlantikwall.



Jarenlang hebben vrijwilligers dit complex stukje bij beetje uitgegraven en in ere hersteld. Een enorme klus. Zo zijn de wanden en vloeren voorzien van een nieuwe laag beton en schilderwerk, maatregelen tegen corrosie, is er bekabeling en waterleiding aangelegd, is een deel van het smalspoor opnieuw aangebracht en is er een luchtsysteem aangebracht om de luchtvochtigheid in het complex onder controle te houden. Hierbij is voor een deel het Duitse buizensysteem gereconstrueerd. Voor de veiligheid van bezoekers zijn in de noordgang branddeuren en brandmeldinstallaties geplaatst en er is een nooduitgang gecreëerd. Voor deze indrukwekkende transformatie en uitzonderlijke inzet en professionaliteit ontving Atlantikwall Museum Noordwijk de Linie Award 2024 van Forten Nederland.

De zuidelijke gang en de centrale vuurleidingspost zijn sinds 2007 geopend voor publiek. Vanaf 2025 zal het gehele complex te bezoeken zijn. De plek is daarin nagenoeg uniek in Europa. Het museum is daarbij klaar voor de volgende stap: de doorontwikkeling naar een nationaal museum over de Atlantikwall. In dit Masterplan brengen we in kaart hoe het museum zich onderscheidend kan doorontwikkelen, wat daarbij aandachtspunten en kansen zijn en wat er nodig is om uit te groeien tot een nationaal museum.

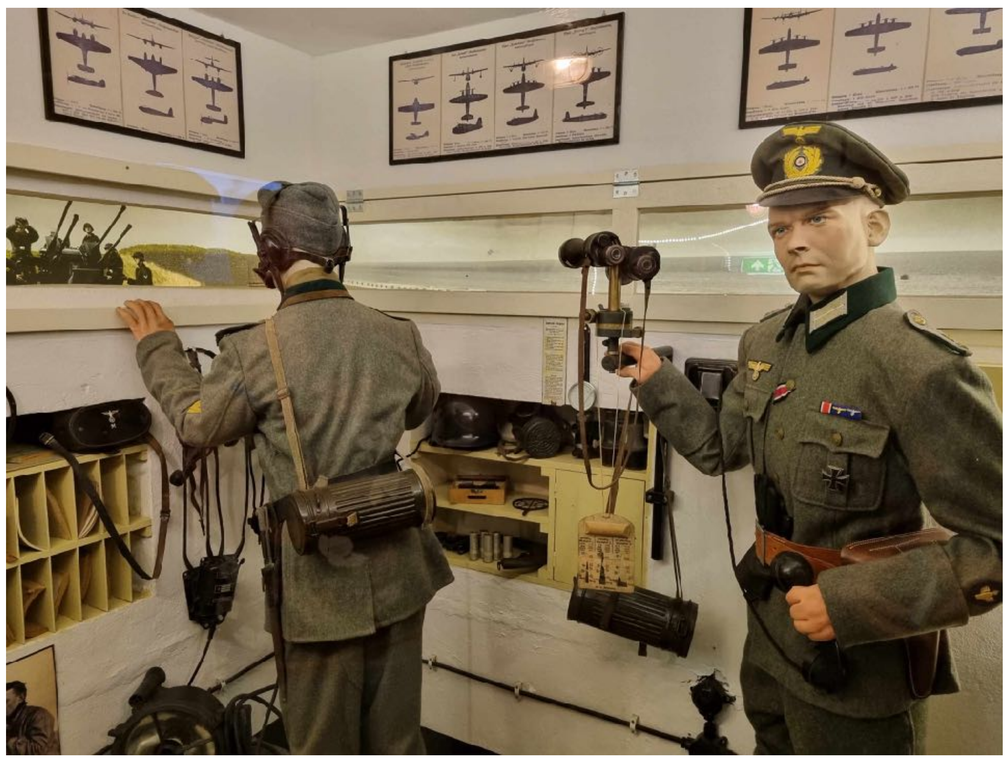














Bunkers Noorderstrand Scheveningen

2

Analyse van de Atlantikwall musea

In de afgelopen decennia is de belangstelling voor de overblijfselen van de Atlantikwall toegenomen. Steeds vaker werden bunkers opengesteld voor rondleidingen. Of bunkercomplexen werden gadopteerd door bunkerstichtingen die het beheer overnamen en delen weer in oorspronkelijke staat wisten te herstellen met vrijwilligers. Hierbij zijn op diverse plaatsen bunkermusea of Atlantikwall-musea ontstaan die vaak in handen zijn van lokale stichtingen. Deze musea kunnen rekenen op een groeiende belangstelling, wat ook tot uiting komt in veelal groeiende bezoekersaantallen.

In dit hoofdstuk brengen we de musea langs de Atlantikwall in Nederland in kaart en maken we een analyse hiervan. Vervolgens zoomen we in op het huidige Atlantikwall Museum Noordwijk met een SWOT analyse. Omdat een toekomstig Nationaal Museum Atlantikwall (voorlopige werknaam) met nadruk een aanvulling wil zijn op bestaande musea, vertalen we dit in een serie uitgangspunten waarmee het museum onderscheidend kan zijn ten opzichte van andere plekken in het aanbod.

2.1 MUSEA LANGS DE ATLANTIKWALL

Langs de Atlantikwall in Nederland zijn diverse locaties die toegankelijk zijn voor bezoekers en ieder een deel van het verhaal van de Atlantikwall vertellen en laten zien. Sommige hebben een tentoonstelling die te bezoeken is door middel van een zelfstandig bezoek, anderen zijn uitsluitend te bezoeken via rondleidingen onder leiding van een gids en weer anderen bieden een combinatie aan.

Op de volgende pagina tonen we de museumlocaties die een relatie hebben met de Atlantikwall en een permanente expositie hebben die je zelfstandig kunt bezoeken. De meeste van deze musea zijn gevestigd in voormalige onderdelen van de Atlantikwall. De fysieke locaties zelf zijn daarmee bijna allemaal uniek en authentiek. Het is daarmee vooral in de wijze van expositie en inhoud wenselijk dat een Nationaal Museum Atlantikwall onderscheidend is ten opzichte van andere musea. Naast deze musea zijn er ook tal van locaties die je uitsluitend kunt bezoeken op vaste publieksdagen door middel van een rondleiding met een gids. Voorbeelden zijn Forteiland IJmuiden, Bunkercomplex Rijksdorp in Wassenaar of Bunkerverhalen Dishoek november ‘44. Daarnaast zijn er nog musea die het thema Atlantikwall zijdelings raken, zoals het Museon met de permanente tentoonstelling Kind in Oorlog.

2.2 ANALYSE VAN DE MUSEA

Het Nationaal Museum Atlantikwall wil aanvullend zijn ten opzichte van bestaande musea. Dit vraagt daarmee een analyse van het huidige aanbod en een verkenning hoe dit kan worden omgezet in een onderscheidend aanbod. De musea zijn verschillend van aard, omvang, organisatie en inhoud, waardoor generieke uitspraken lastig zijn. Grofweg is er een onderscheid te maken tussen bunkermusea en thematische musea. Bunkermusea zijn erfgoedlocaties, vaak gevestigd in oorspronkelijke bunkers of militaire structuren, die het verhaal van deze bouwwerken en hun historische context vertellen. Thematische musea zijn vaak ook gevestigd in een erfgoedlocatie gerelateerd aan de Tweede Wereldoorlog en hebben een centraal thema gekozen voor hun tentoonstelling. Voorbeelden zijn Museum Engelandvaarders, Atlantikwall Centrum Huisduinen en het Oranjehotel.

Bunkermusea

Qua bunkermusea valt het volgende op:

- De musea bevinden zich in originele Atlantikwall-bunkers. Dit geeft bezoekers een directe en tastbare verbinding met het verleden. Veel bunkers zijn in hun oorspronkelijke staat gelaten, wat een rauw en realistisch beeld geeft van de omstandigheden destijds.
- Bij de bunkermusea wordt in de inrichting bijna altijd gekozen om authentiek te blijven en de inrichting van destijds te reproduceren.
- De meeste bunkermusea zijn opgezet door lokale stichtingen en vrijwilligersorganisaties. Ze richten zich vaak op de militaire geschiedenis en gebeurtenissen die specifiek waren voor hun lokale of regionale situatie.



Friesland

1. Bunkermuseum Terschelling (West-Terschelling)
2. Bunkermuseum Wn 12H Vlieland (Oost-Vlieland)
3. Kazemattenmuseum Kornwerderzand (Kornwerderzand)

Noord-Holland

4. Atlantikwall Centrum Huisduinen (Huisduinen)
5. M219 Bunkermuseum Seezielbatterie Zanddijk (Julianadorp)
6. Museum Bunker Alkmaar 40-45 (Alkmaar)
7. Bunkermuseum Jansje Schong (Egmond)
8. Bunker Museum IJmuiden (IJmuiden)

Zuid-Holland

9. Atlantikwall Museum Noordwijk (Noordwijk)
10. Museum Engelandvaarders Noordwijk (Noordwijk)
11. Bezoekerscentrum Vliegveld Valkenburg (Valkenburg)
12. Atlantikwall Museum Den Haag - locatie Scheveningen en Kijkduin
13. Nationaal Monument Oranjehotel (Scheveningen)
14. Museum Bescherming Bevolking - Bunkercomplex Park Overvoorde (Rijswijk)
15. Atlantikwall-Museum Hoek van Holland (Hoek van Holland)
16. Nederlands Militair Kustverdedigingsmuseum (Bunker Bremen/Hamburg; Hoek van Holland)
17. Fort 1881 (Hoek van Holland)
18. Museum iCOON (Hoek van Holland)
19. Biberbunker (Oostvoorne)

Zeeland

20. Bunkermuseum Zoutelande (Zoutelande)
21. Bunkermuseum Vlissingen (Vlissingen)
22. Fort Rammekens (Ritthem)

- Veel van de bunkermusea worden beheerd door vrijwilligers en draaien op beperkte budgetten. Dit leidt tot een creatieve invulling en een grote mate van zelfwerkzaamheid. Dit heeft veelal ook invloed op de omvang van de collecties, de investeringen die mogelijk zijn in de presentatie en de mate van interactie.
- Diverse musea in bunkers zijn kleinschalig van aard. Dit maakt deze musea vaak intiem en authentiek. Uitzondering hierop is bijvoorbeeld Bunkermuseum IJmuiden of Bunkermuseum Wn 12H Vlieland, die gebruik maken van meerdere bunkers. De bunkerlocaties weten op een creatieve manier de beperkte ruimte maximaal te benutten. Door de beschikbare oppervlakte is de presentatieruimte gelimiteerd.
- De fysieke beperkingen van bunkers maken toegankelijkheid voor bezoekers met een beperking lastig.
- Er zijn meestal geen voorzieningen aanwezig, zoals bijvoorbeeld toiletvoorzieningen.
- Veel bunkermusea tonen een verzameling artefacten, zoals uniformen, wapens en persoonlijke bezittingen, met beperkte contextuele uitleg. Regelmatig worden een grote hoeveelheid aan onderwerpen en objecten belicht, wat door bezoekers tot een versnipperde ervaring zou kunnen leiden.
- Meerdere musea maken gebruik van audiogidsen of QR-codes waarmee aanvullende informatie kan worden verkregen.
- De meeste bunkermusea vertellen het verhaal over het ontstaan van het bouwwerk, de kenmerken, de rol die het had in de kustverdediging en hoe het leven en werken er was voor de soldaten. Er wordt hierbij vaak gekozen voor een ‘daderperspectief’. Dit maakt de ervaring informatief voor liefhebbers van militaire geschiedenis, maar beperkter aantrekkelijk voor een breed publiek.
- De musea gaan qua inhoud voornamelijk over de Tweede Wereldoorlog en weinig over de periode erna (sloop en wederopbouw, hergebruik etc.). Het thema Koude Oorlog wordt soms nog wel aangehaald. Dit geldt zeker voor een locatie zoals Bunkercomplex Park Overvoorde.
- Veelal is er een kort introductieverhaal over de Atlantikwall, maar de focus ligt vooral op de lokale of regionale situatie. Uitzondering hierop is het Atlantikwall Centrum Huisduinen, dat uitgebreider ingaat op de Atlantikwall in het Waddengebied en deels ook daarbuiten. Er is bij de meeste musea nauwelijks aandacht voor het grotere geopolitieke verhaal of de strategie en structuur van de Atlantikwall.
- Er ligt een sterke focus op behouden. Minder op bezinnen of verbinden. Er is een beperkte relatie met hedendaagse actuele thema’s.
- De meeste musea kennen beperkte openingstijden (vaak enkele dagen per maand). Ook zijn meerdere musea in de winter gesloten, bijvoorbeeld in verband met de aanwezigheid van vleermuizen.
- Er is beperktere aandacht voor marketing of professionele communicatiemiddelen. Deze lagere prioriteit wordt soms ook ingegeven doordat de locaties gelimiteerde bezoekerscapaciteit hebben. Toch hebben diverse bunkermusea relatief goede bezoekersaantallen en dit is groeiende.
- Als informatiedragers is over het algemeen gekozen voor het tonen van informatiepanelen en historisch beeldmateriaal. Er is beperkt sprake van interactiviteit, digitalisering of de toepassing van moderne presentatietechnieken. Dit maakt de musea minder aantrekkelijk voor jongere bezoekers die niet geïnteresseerd zijn in militair erfgoed. Informatie is vaak Nederlandstalig en daarmee minder geschikt voor buitenlandse bezoekers.
- Er is een rijke diversiteit aan verhalen in de verschillende musea, maar er is weinig samenhang tussen de verschillende musea.



Atlantikwall Museum Den Haag (locatie Scheveningen)

Thematische oorlogsmusea

Bij de thematische musea valt het volgende op:

- De musea richten zich op een specifiek thema, zoals verzetsactiviteiten (Museum Engelandvaarders), gevangenschap en vervolging (Oranjehotel) of de bredere context van de Atlantikwall in het Waddengebied en daarbuiten (Atlantikwall Centrum Huisduinen).
- De inhoud is vaak diepgaander en meer gericht op verhalen, emoties en persoonlijke verbindingen.
- Met uitzondering van het Atlantikwall Centrum Huisduinen, is er veelal geen verdieping op het thema Atlantikwall.
- De thematische musea zijn gevestigd in locaties die zelf een historische betekenis hebben. Met uitzondering van het Oranjehotel is de authenticiteit van de plek niet altijd direct zichtbaar of voelbaar.
- De locaties hebben overwegend een minder authentieke uitstraling dan bijvoorbeeld de bunkermusea.
- Museum Engelandvaarders en Oranjehotel belichten bredere historische en actuele maatschappelijke thema's, zoals verzet, vervolging en vrijheid, in plaats van alleen militaire aspecten. Ze zetten aan tot bezinning. Informatie is beschikbaar in meerdere talen.
- Atlantikwall Centrum Huisduinen en het Oranjehotel maken onderdeel uit van een professionele organisatie met betaalde krachten.
- De inrichting heeft een professionele uitstraling. Voor de inrichting van de musea wordt gebruik gemaakt van grotere subsidies of fondsen.
- Er wordt meer gebruik gemaakt van interactieve elementen en zijn daarmee aantrekkelijker voor een breder publiek.
- Thematische musea hebben meer aandacht voor een professionele uitstraling van marketing en promotie. Dat is onder andere te zien in de professionaliteit van bijvoorbeeld de website, social media kanalen of de kwaliteit van fotomateriaal.
- Het Oranjehotel heeft het hoogste bezoekersaantal (35.397 in 2023). Museum Engelandvaarders telt ruim 12.000 bezoekers (2023). Van het Atlantikwall Centrum Huisduinen zijn de bezoekersaantallen niet bekend, maar het museum heeft afgelopen jaar wel publiekelijk de noodklok geluid over het lage aantal bezoekers.
- Er zijn vaak meer voorzieningen beschikbaar (zoals toiletvoorzieningen of een shop), er is sprake van ruimere openingstijden (en jaarrond open) en veelal toegankelijk voor bezoekers met een beperking.
- Er is weinig samenhang tussen de verschillende musea.



Atlantikwall Centrum Huisduinen


De Nederlandse vlag gaat uit op Oranjehaven
Raising the Dutch flag at Oranjehaven

2.3 SWOT ANALYSE ATLANTIKWALL MUSEUM NOORDWIJK

Naast de analyse van musea gelieerd aan de Atlantikwall in Nederland, kan er ook een analyse worden gemaakt van het Atlantikwall Museum Noordwijk. Een zogenoemde SWOT-analyse kan inzicht geven in de kansen en bedreigingen om als locatie te dienen voor een Nationaal Museum Atlantikwall.

Sterk

- Unieke authentieke locatie met een hoge belevingswaarde
- De omvang van het complex biedt veel presentatieruimte en -mogelijkheden
- Situering in een natuurlijke omgeving
- Gedreven en deskundige vrijwilligers
- Goed georganiseerde structuur
- Niet afhankelijk van exploitatiesubsidies
- Niet-opzegbare bruikleenovereenkomst
- Museum Engelandvaarders nabij
- Voldoende parkeergelegenheid op loopafstand
- Ligging nabij Randstedelijk gebied en dicht bij andere populaire attracties in de Duin- en Bollenstreek
- Jaarronde openstelling
- Verbinding tussen het lokale, regionale en nationale verhaal

Zwak

- Bereikbaarheid met openbaar vervoer
- Beperktere openingsdagen
- Mogelijke beschikbaarheid vrijwilligers bij verdere groei
- Afhankelijkheid van subsidies voor investeringen
- Beperkte mogelijkheden voor toegankelijkheid voor bezoekers met een beperking
- Geringe marketingkracht
- Signing en bewegwijzering buiten (zichtbaarheid en uitstraling)
- Het strategisch belang van de locatie Noordwijk was in de gehele Atlantikwall beperkter dan bijvoorbeeld Hoek van Holland of Den Helder.

Kans

- Noordwijk is een populaire bestemming
- Groei van het (internationale) toerisme
- Groeiende bezoekersaantallen
- Maatschappelijke aandacht voor het thema vrede en veiligheid
- Uitbouw van de samenwerking met onderwijsinstellingen voor educatie en het aantrekken van jongeren
- Nationale status kan nieuwe vrijwilligers aantrekken
- Voor het thema WOII zijn verschillende subsidies en fondsen beschikbaar
- Samenwerking met andere musea die een onderdeel van de Atlantikwall in beeld brengen en Noordwijk Marketing
- Herdenkingsjaar 80 jaar bevrijding zal veel aandacht voor het oorlogsthema genereren
- Verschillende sferen en thematisering die op meerdere plekken in het complex gecreëerd kunnen worden

Bedreiging

- Afnemende betrokkenheid en interesse in WOII onder jongere generaties
- Beperkte aanwas van jongere vrijwilligers
- Politieke en economische schommelingen kunnen leiden tot een afname van het aantal bezoekers of subsidies onder druk zetten
- Een landelijk perspectief zal minder aandacht leggen op de lokale en regionale functie van het bunkercomplex en kan mogelijk invloed hebben op de lokale betrokkenheid van vrijwilligers
- Ligging in Natura2000 gebied kan uitbreiding complexer maken

De SWOT analyse geeft inzicht in de kansen en aandachtspunten van Atlantikwall Museum Noordwijk die bij een verdere uitwerking van de plannen met een nationale ambitie meegenomen kunnen worden. Daarbij is de uitdaging om zwakkere punten of bedreigingen om te vormen in kansen of te accepteren als een gegeven.

2.4 ONDERSCHEIDEND VERMOGEN

Uit cijfers van de Museumvereniging blijkt dat maar liefst 62% van de musea in Nederland gaat over geschiedenis. Toch vormen zij slechts 42% van het aandeel in bezoekers en 37% in het aandeel van de omzet. Het is daarmee belangrijk om voldoende onderscheidend vermogen te hebben om de bezoekers aan te spreken. Daarnaast wil het Nationaal Museum Atlantikwall een aanvulling zijn op bestaande musea, wat ook de wens om onderscheidend te zijn versterkt.

Op basis van de analyse van bestaande musea en de SWOT-analyse kan het onderscheidend vermogen van een Nationaal Museum Atlantikwall worden gevonden in een aantal zaken.

Authentieke toegankelijke kustbatterij

De kustbatterij in Noordwijk is met het ontsluiten van de noordgang voor een groot deel te bezoeken. Het is nagenoeg uniek in Europa dat een ondergrondse kustbatterij op deze wijze ontsloten is voor publiek. In het zuidelijkste uiteinde is het Engelandvaarders Museum gevestigd en daarna volgt een deel van het gangenstelsel over particuliere grond (niet toegankelijk). Vervolgens is een deel van de zuidelijke gang een deel van het jaar ingericht als vleermuizenverblijf; van mei tot en met augustus is dit deel door middel van een excursie (onder begeleiding van een gids) te bezoeken. Daarna volgen de vuurleidingbunker en het noordelijke gangenstelsel met aanliggende bunkers. Door de ruime oppervlakte heeft het museum mogelijkheden voor een uitgebreide museale tentoonstelling in een authentieke omgeving. Ook is er de mogelijkheid om het complex op te delen in verschillende zones met uiteenlopende focusgebieden. De kustbatterij ligt bovendien centraal langs de Nederlandse kust. Dat Noordwijk als locatie strategisch minder van belang was dan bijvoorbeeld IJmuiden of Hoek van Holland wordt door stakeholders minder van belang geacht voor het huisvesten van een Nationaal Museum Atlantikwall.

Jaarrond open

Door het opvangen van de vleermuizen in de zuidelijke gang, kan de rest van het complex jaarrond open zijn. Doordat het bunkercomplex grotendeels onder het zand verborgen is, ontstaat een klimaat dat gedurende het hele jaar constant is.

Een breder perspectief

De Atlantikwall kan worden behandeld als één geheel, van Noorwegen tot Zuid-Frankrijk. Door het totale verhaal te vertellen, kan getoond worden dat de Atlantikwall meer is dan de som der delen. Er kan aandacht worden besteed aan de geopolitieke achtergrond, de strategische samenhang, de totale structuur en de internationale impact. Verschillen en overeenkomsten in de bouw, rol en impact van de Atlantikwall in verschillende landen zouden hierbij kunnen worden belicht. Ook een bredere aandacht voor de militaire geschiedenis met sociale, economische, ecologische en culturele aspecten van de Atlantikwall kan onderscheidend zijn ten opzichte van andere musea. Daarbij kan het museum ook aandacht hebben voor de naoorlogse periode, zoals de periode direct na de oorlog, de Koude Oorlog, herbestemming en de hedendaagse rol van bunkers in natuurbehoud. Een ander punt waar het museum onderscheidend in kan zijn is de aandacht voor verschillende perspectieven en contexten en meertaligheid van content.

Meerlaagse ervaring met nieuwe doelgroepen

Door een meerlaagse ervaring met geluid, beeld en fysieke ruimtes kan een compleet beeld worden gegeven aan bezoekers. Daarbij kan de toepassing van eigentijdse presentatietechnieken een interessant instrument zijn, waardoor er sprake is van onderdompeling van de bezoeker. Voorbeelden zijn (immersieve) projectie, AI, virtual of mixed reality, gamification etc. Dit kan nieuwe en jongere doelgroepen aanspreken. Hierbij is wenselijk om een balans te vinden tussen toegankelijkheid voor een breed publiek en diepgang voor kenners. Ook is de uitdaging om te waken voor teveel spektakel (Disneyficatie van het thema oorlog), maar de inzet van nieuwe technieken als middel om bezoekers zich meer te laten verplaatsen in het onderwerp.

Verbindende rol binnen het netwerk

Het museum kan een sterk verbindende functie vervullen binnen de Atlantikwall. Dit kan door inhoudelijke samenwerking, het afstemmen van inhoudelijke onderwerpen om gezamenlijk een samenhangend beeld van de Atlantikwall te presenteren, het uitwisselen van objecten en informatie, kennis delen over de ervaringen van een nieuwe inrichting en het gebruik van nieuwe technieken, laten zien wat er nog zichtbaar is van de Atlantikwall, gezamenlijke promotie of bezoekers verleiden om ook andere lokale en regionale musea over dit onderwerp te bezoeken voor specifieke lokale of thematische context en diepgang.

Zichtbaarheid en erkenning

Een veelgenoemd punt in de gesprekken is de publicitaire meerwaarde die een nationaal museum zou kunnen hebben voor de gehele Atlantikwall. Een nationaal museum vergroot de zichtbaarheid en legitimeert het belang van de Atlantikwall als onderdeel van de nationale en Europese oorlogsgeschiedenis. Daarnaast kan een nationaal museum structureel bijdragen aan het collectieve besef door het verhaal te overstijgen van de individuele, lokale bunkermusea en de Atlantikwall te positioneren als een brede historische en maatschappelijke kwestie, met impact tot op de dag van vandaag.

Verbinding met actuele thema's

Het museum kan verbinding maken tussen het historische verhaal en hedendaagse thema's zoals vrede, conflict, democratie, Oekraïne oorlog en duurzaamheid. Daarmee kan ook ruimte zijn voor voorlichting over de rol van propaganda of fascistische of totalitaire ideologieën (zie ook hoofdstuk 6.6).

Hub functie in een Europese Cultural Route

De Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed gaat onderzoeken of de Atlantikwall een Europese Cultural Route kan worden en wat de gevolgen hiervan zijn. Een landelijk museum over de Atlantikwall kan een belangrijke hub-functie krijgen op een dergelijke Europese route. Mogelijk zijn er ook andere verbindende activiteiten mogelijk zoals een variant op de bekende Nederlands Kustpad, waarbij je de kustroute loopt maar daarbij vooral wordt ingegaan op restanten van de Atlantikwall in Nederland. Voor fietsen is dit de LF Kustroute (internationaal aangesloten op de North Sea Cycle Route).

Interessante omgeving voor een breder dagje uit

Veel bezoekers aan erfgoed of een museum doen dit als onderdeel van een dagje uit. Noordwijk en de Duin- en Bollenstreek hebben voldoende aantrekkingskracht en toeristisch-recreatieve infrastructuur om dit mogelijk te maken. De nabijheid van enkele interessante bezienswaardigheden rondom het thema Tweede Wereldoorlog (zoals Museum Engelandvaarders, Bezoekerscentrum Vliegveld Valkenburg en de musical Soldaat van Oranje op Vliegveld Valkenburg) kunnen hierbij versterkend werken.



Marko Stand Bunker Hoek van Holland

3

De bezoeker

Bij de ontwikkeling van het Nationaal Museum Atlantikwall stellen we de bezoeker centraal. Momenteel ontvangt het Atlantikwall Museum Noordwijk ongeveer 10.000 bezoekers per jaar. Dit is een mix van inwoners en toeristen. Zo'n 40% hiervan zijn Duitse gasten. In dit hoofdstuk zoomen we in op trends en ontwikkelingen bij de potentiële bezoeker van het museum. Wat drijft de bezoeker en wat zijn ontwikkelingen waar we rekening mee moeten houden. Hierbij kijken we ook expliciet naar nieuwe generaties.

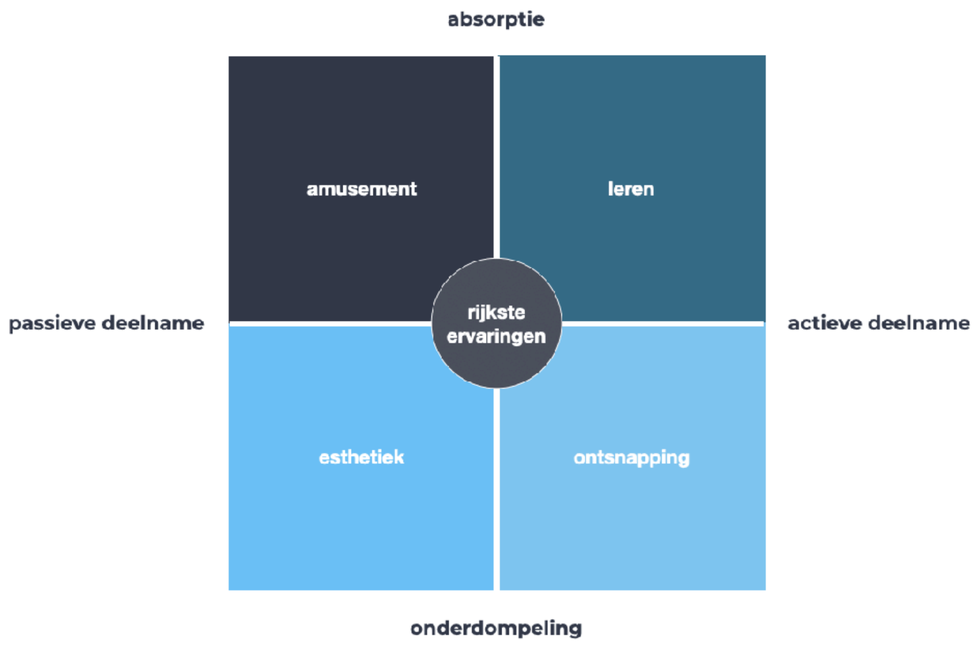
3.1 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Quality time

De netto vrije tijd van mensen (de tijd die overblijft nadat aan alle fysieke en sociale verplichtingen is voldaan) is de laatste decennia steeds verder afgenomen. De beperkte vrije tijd leidt er dan ook toe dat mensen de schaarse vrije tijd die ze overhouden voor ontspanning, zo optimaal mogelijk willen besteden (quality time). Dit zien we terug in trends zoals een focus op gezondheid en onthaasting en een sterke behoefte aan beleving.

Beleving

Beleving wil zeggen dat niet het product, maar de ervaring centraal staat. Speciale ervaringen krijgen daardoor meer waarde dan materialistische zaken. Dit kan beleving zijn van nostalgie, avontuur, natuur, cultuur etc. Pine & Gilmore worden internationaal gezien als de experts op het gebied van beleving. Zij spreken van twee assen en vier vormen van beleving: amusement, leren, esthetiek en ontsnapping. De rijkste ervaringen voor bezoekers worden volgens hen bereikt in het midden, waar de vier vormen van beleving aangeraakt worden. Dit vraagt de toepassing van interactieve elementen die de vier verschillende vormen van beleving in zich hebben.



Groeiende markt

Vanuit prognoses door UNWTO en NBTC/CELTH wordt komende jaren een forse groei verwacht van het inkomend toerisme. Tussen 2000 en 2020 is het toerisme in Europa al meer dan verdubbeld. Na de terugslag van de corona pandemie zet de groei weer door, vooral vanuit de buurlanden. In Zuid-Holland wordt op basis van de laatste voorspellingen tot 2035 een groei verwacht van 17% voor het binnenlands toerisme en maar liefst 40% voor het inkomend toerisme. Combineer dit in Zuid-Holland met een groeiend aantal inwoners, een groeiend binnenlands toerisme en een steeds intensiever recreatiegedrag en het wordt duidelijk dat dit kansen biedt om meer bezoekers aan te trekken.

Demografische ontwikkelingen

In Nederland is sprake van een vergrijzende samenleving. Het aantal 65-plussers bedraagt momenteel 20 procent van de bevolking. Vijftig jaar geleden was dit nog maar 8 procent. Senioren zullen daarbij ook steeds meer eropuit gaan. In de afgelopen 10 jaar is het aantal vakanties van senioren gegroeid met 19 procent. Dit is een interessante doelgroep, omdat ze gemiddeld genomen meer netto vrije tijd hebben. Senioren zijn ook steeds meer te vinden op de digitale kanalen, maar de behoefte aan persoonlijk contact is groot. Een andere ontwikkeling is de toename van het aantal eenpersoonshuishoudens (sinds 1971 is dit aantal verviervoudigd). Slechts 5% van de bevolking is 80 jaar of ouder. Dat betekent dat 95% is geboren na de Tweede Wereldoorlog en daarmee geen oorlogssituatie heeft gekend.

Authentieke ervaringen

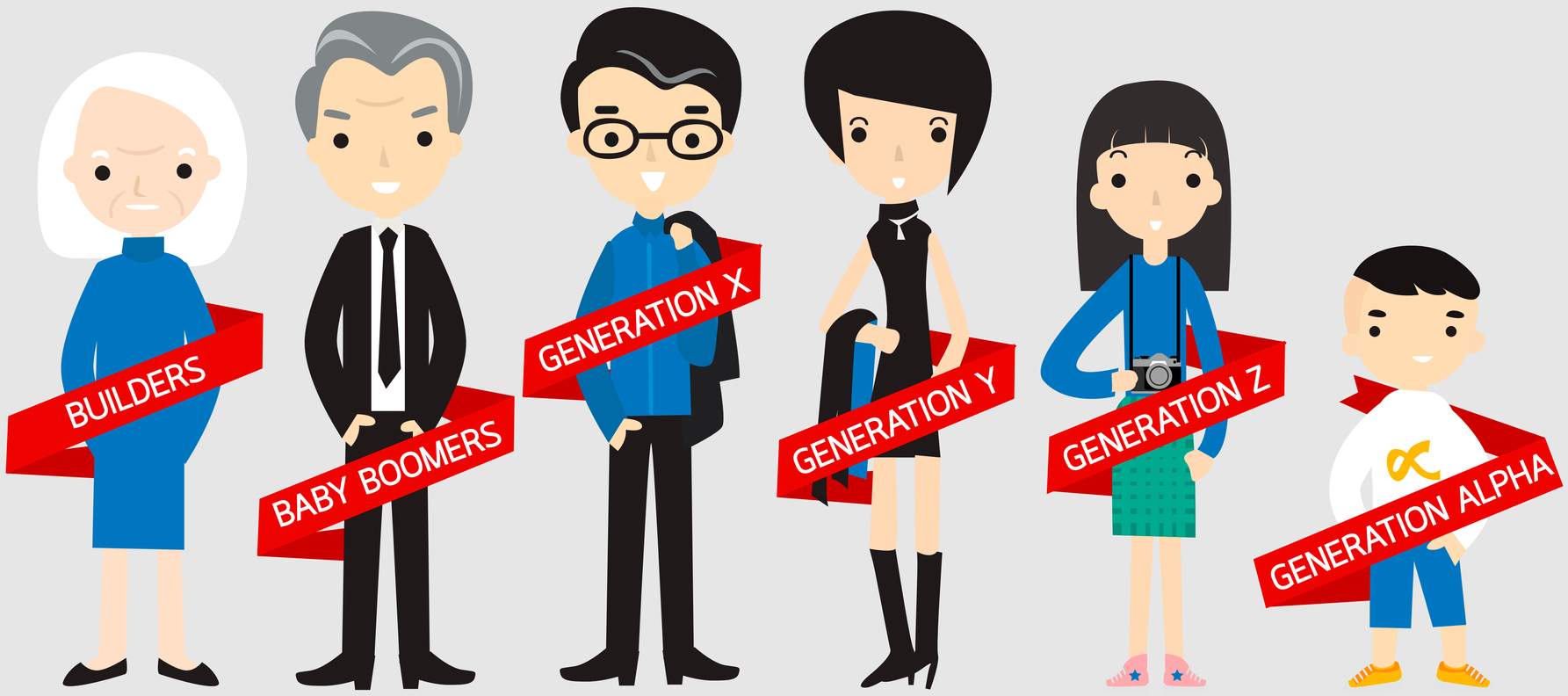
Mensen willen steeds minder kunstmatige belevingen en meer zien hoe het nu écht is. Op zoek naar de authentieke, niet aangepaste beleving. Het aanbod van door lokale inwoners georganiseerde belevingen groeit ook steeds verder. Vanuit de behoefte aan beleving willen gasten authentieke ervaringen opdoen. Authentieke ervaringen sluiten aan bij het DNA en de kernwaarden van een plek. Door in te zetten op de eigen identiteit, versterkt een bezienswaardigheid haar onderscheidend vermogen en kan de bezoeker een totaalbeleving ervaren.

Digitalisering

De digitalisering zet steeds verder door. Dit vertaald zich in het online gedrag van bezoekers, waarbij veel informatie digitaal wordt overgedragen. Maar het zet ook door in ervaringen waarbij digitale technieken een belangrijke rol spelen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan Artificial Intelligence, Virtual Reality of Mixed Reality, Augmented Reality, hologrammen, toepassingen van immersieve projecties en tal van andere technieken. Deze kunnen bijdragen aan het vergroten van de beleving en spelen in op de behoefte van mensen om nieuwe dingen te ervaren. Bovendien is het een manier om op een speelse en eigentijdse manier bezoekers een verhaal te visualiseren, aangezien bezoekers steeds minder bereid zijn om teksten te lezen.

3.2 NIEUWE GENERATIES IN BEELD

Elke generatie heeft zo zijn eigen voorkeuren en kenmerken. Babyboomers (1946-1964), Generatie X (1965-1979) en Millennials (Generatie Y; 1980-1994) zijn generaties waar we al dagelijks mee te maken hebben binnen toerisme en recreatie. Generatie Z (1995-2009) en Generatie alpha (2010-2024) zijn een nog vrij ‘nieuwe doelgroep’.



Millennials (generatie Y) willen snel informatie en geen tijd verspillen. Ze zijn onafhankelijk en vrij in religie, politieke ideeën en ondernemend. Ze binden zich minder en zijn over de gehele linie beter opgeleid dan vorige generaties. Millennials zijn niet heel gevoelig voor commerciële boodschappen. Een eerlijke, authentieke en persoonlijke wijze van aanspreken houdt ze het meest aangehaakt. Een gelijke en bijna vriendschappelijke benadering spreekt hen aan. Ze vinden het prettig om betrokken te zijn bij uiteenlopende onderwerpen. Naast persoonlijk houden ze ook van op maat gemaakte belevingen, afgestemd op basis van een aantal keuzes.

Millennials zijn met hun ‘social media mindset’ enorm connected. Die social mindset en de bijbehorende conversatie beperkt zich niet alleen tot het online domein, ook offline is dit erg belangrijk voor hen.

Generatie Z kiest het liefst voor verantwoorde en duurzame activiteiten en is bereid daar meer voor te betalen. Als het gaat om de wijze waarop service plaatsvindt, is te zien dat een significant deel van generatie Z een gepersonaliseerde benadering meer waardeert. 22% geeft aan eerder te kiezen voor merken die een meer persoonlijke beleving bieden. Ze zijn bereid meer te betalen voor een geweldige ervaring. Deze generatie heeft een sterke behoefte aan digitale innovatie en is kritisch op de klantgerichtheid van bedrijven. Een hoge mate van service en digitale dienstverlening spreekt deze groep dan ook aan.

De nieuwste generatie Alpha wordt gevormd door technologie. Ze zijn gewend aan schermen voor onderwijs, entertainment of als zoethoudertje (“screenagers”). Dit leidt tot een kortere aandachtsspanne en verminderde sociale vorming. De groep heeft een nog sterkere behoefte aan persoonlijke ervaringen buiten de gebaande paden.

3.3 OORLOGSTOERISME

Er is onderzoek gedaan naar de motivaties van bezoekers om plekken met een oorlogsverleden te bezoeken. Dat draait allereerst om een bepaalde interesse en de wil om iets te leren, bijvoorbeeld om meer te weten te komen over de oorlog of bunkers of specifieke oorlogsthema's. Voor veel bezoekers is dit het belangrijkste motief. Het 'zien met eigen ogen' speelt daar een rol bij. De verwachtingen van bezoekers zijn afhankelijk van het perspectief dat een locatie zal kiezen. Als de nadruk meer ligt op het perspectief van de nazi's, dan verwachten bezoekers overwegend emoties zoals boosheid, woede of angst te gaan voelen. Bij een focus op de slachtoffers, dan worden meer emoties verwacht zoals compassie en verdriet. De sterkste ervaring is op plekken waar een oorlogsgebeurtenis werkelijk heeft plaatsgevonden.

Een bezoek aan deze locaties roept vragen op bij bezoekers. Sommigen denken na afloop na over de zin van het leven en krijgen een hernieuwde waardering voor het leven, voor vrijheid en voor kwaliteit van leven. Het herhaalbezoek aan een dergelijke herinneringsplek is echter overwegend laag. Ouderen vinden het veelal vanzelfsprekend om een zekere ingetogenheid te hebben bij oorlogsplekken, dit is voor jongeren anders. De afstand in tijd heeft invloed op de manier waarop jongeren zich gedragen. Dit is ook afhankelijk van hoe actief de jongeren (bijvoorbeeld op school) met het onderwerp bezig zijn geweest.

De Duitse bezoeker

De interesse voor de Tweede Wereldoorlog neemt ook onder Duitse bezoekers toe, blijkt onder andere uit een stijgend aantal Duitse bezoekers. Het thema wordt door Duitse bezoekers doorgaans met een serieuze en reflectieve houding benaderd, mede door de beladenheid van dit deel van de nationale geschiedenis. Duitse musea over dit onderwerp kenmerken zich vaak door een intellectuele en terughoudende presentatie, waarbij diepgaande context, strategische overwegingen en feitelijke informatie centraal staan. Duitse bezoekers hechten waarde aan een neutrale en objectieve presentatie van historische gebeurtenissen, zonder moraliserende toon. Ze verwachten een weergave die ruimte laat voor eigen interpretatie, reflectie en aanzet tot kritisch denken. In Duitsland is er een sterke traditie van herdenken en reflectie op de Tweede Wereldoorlog. Bezoekers verwachten dat musea respectvol omgaan met slachtoffers en de herinnering aan het verleden levend houden zonder een overmatige nadruk op spektakel.





Bunker complex IJmuiden

4

De ambitie

Er ligt een belangrijke taak om het erfgoed en de verhalen van de Atlantikwall levend te houden in een tijd waarin de herinnering aan de Tweede Wereldoorlog steeds verder vervaagt. Met een afnemende kennis onder nieuwe generaties en een wereld die steeds verder verwijderd raakt van directe oorlogservaringen, ligt de uitdaging in het beschermen van dit unieke erfgoed, het versterken van historisch besef en het overbruggen van de kloof tussen verleden en heden. Dit hoofdstuk bespreekt de belangrijkste uitdagingen voor het museum en de hierbij aansluitende ambitie, missie en visie voor een Nationaal Museum Atlantikwall.

4.1 UITDAGINGEN

In 2025 is het 80 jaar geleden dat de Tweede Wereldoorlog ten einde kwam. Slechts 5% van de bevolking is 80 jaar of ouder. Dat betekent dat 95% is geboren na de Tweede Wereldoorlog en daarmee geen oorlogssituatie heeft gekend. Bij nieuwe generaties neemt de kennis over de oorlog af. Een begrip als ‘verzet’ is slechts bij 23% van de jongeren bekend, meer dan de helft kent het begrip antisemitisme niet. Dit zijn uitdagingen waar het museum vanuit het perspectief van de Atlantikwall aan kan bijdragen.

Behoud van erfgoed

Het Nationaal Museum Atlantikwall wil de unieke kustbatterij in Noordwijk behouden voor het nageslacht. Er zijn veel inspanningen gedaan om het complex in zijn oorspronkelijke staat te herstellen en de uitdaging is om het ook voor de toekomst te behouden. Het huisvesten van een museum in het complex draagt bij aan het behoud op de lange termijn.

Kennis versterken (educatie)

Het museum ziet een rol voor zichzelf om de kennis over de Atlantikwall te versterken. Door de geschiedenis van de Atlantikwall uit te dragen en op een boeiende en eigentijdse manier te presenteren, wordt de kennis over de Atlantikwall verbreed inclusief de gebeurtenissen die hiermee samenhangen. De informatie is momenteel versnipperd over meerdere locaties en de uitdaging is om deze losse verhalen op één plek in een samenhangend nationaal verhaal bij elkaar te brengen.

Hedendaagse relevantie

De uitdaging voor het museum ligt niet alleen in het historisch erfgoedbehoud, maar ook in het overbrengen van de waarden die met de Atlantikwall verbonden zijn. In een wereld die steeds verder verwijderd raakt van de directe herinneringen aan de Tweede Wereldoorlog, worden jongeren en toekomstige generaties minder geconfronteerd met de impact van oorlog. Het museum kan deze kloof overbruggen door de geschiedenis relevant en begrijpelijk te maken. Dit kan ook worden bereikt door de thema’s van de Atlantikwall te verbinden aan hedendaagse actuele thema’s zoals conflict, geopolitieke spanningen, vrijheid van meningsuiting, nepnieuws etc. Het museum kan daardoor ook een plek zijn van bezinning en bewustwording en bijdragen aan het maatschappelijk debat over deze onderwerpen.

Divers publiek bereiken

Daarnaast is het van belang om een breed publiek te bereiken. Niet alleen geschiedenisliefhebbers of geïnteresseerden in het oorlogsverleden, maar ook mensen die in hun dagelijks leven minder bezig zijn met de geschiedenis, moeten worden aangesproken. Daarbij spelen nieuwe generaties een belangrijke rol. Het museum staat voor de uitdaging om hen niet alleen te informeren, maar hen ook actief te betrekken bij het verhaal en de waarden van de Atlantikwall. Dit vereist het inzetten van eigentijdse technologieën en innovatieve museale concepten, zodat zowel jong als oud op een persoonlijke en betekenisvolle manier in aanraking komt met deze geschiedenis.

4.2 ROL EN AMBITIE

Het Atlantikwall Museum Noordwijk heeft met de nieuwe uitbreiding en toegankelijkheid van het complex de ambitie om uit te groeien tot een nationaal museum. Bezoekers ontdekken hier het verhaal van de Atlantikwall in een omgeving die direct aansluit bij de identiteit en authenticiteit van de plek.

Rol van het museum

Een nationaal museum roept ook bepaalde verwachtingen op, die per instelling of persoon kunnen verschillen. Het is wenselijk aan de voorkant helder te zijn over de rol en positie die het nationaal museum wel of niet kan of wil vervullen. We onderscheiden hierbij zes mogelijke rollen:

- **Verbindend centrum:** Het museum fungeert als een coördinerend en verbindend centrum binnen het bestaande netwerk van Atlantikwall-musea en -locaties. De rol kan hierbij bestaan uit samenwerking stimuleren tussen verschillende musea, verhalen en kennis samenbrengen en delen en een overkoepelend platform bieden, zoals een gezamenlijke website of toeristische route.

- **Nationaal kennis- en expertisecentrum:** Het museum positioneert zich als het centrale kenniscentrum voor onderzoek en documentatie over de Atlantikwall in Nederland. De rol kan hierbij bestaan uit onderzoek coördineren en faciliteren naar de Atlantikwall en haar impact, archieven beheren en toegankelijk maken en expertise bieden aan kleinere musea en erfgoedlocaties.

- **Vlaggenschip van de Atlantikwall:** Het museum fungeert als het toonaangevende museum dat de Atlantikwall in Nederland representeert en centraal staat in het verhaal. De rol bestaat hierbij uit het meest uitgebreide verhaal over de Atlantikwall presenteren, evenementen en tentoonstellingen organiseren die het nationale verhaal versterken, een groter publiek aantrekken en andere locaties onder de aandacht brengen.

- **Museum in een gedecentraliseerd netwerk:** Het museum positioneert zich als één van de locaties in een breder gedecentraliseerd netwerk van Atlantikwall-musea en werkt gelijkwaardig samen met andere musea. Daarbij ligt de rol op het verwijzen naar andere locaties en samenwerken aan gezamenlijke tentoonstellingen en actieve uitwisseling van kennis en middelen met andere musea.

- **Promotor van de Atlantikwall:** Het museum fungeert als de primaire promotor van de Atlantikwall als toeristische en educatieve bestemming in Nederland. Hierbij vervult het museum een rol in het ontwikkelen van gezamenlijke marketingcampagnes, het opzetten van een Atlantikwall-route die bezoekers door verschillende locaties leidt en het ontwikkelen van educatief materiaal dat door het hele netwerk kan worden gebruikt.

- **Specialistische focuslocatie:** Het museum richt zich op een specifiek aspect van de Atlantikwall, zoals de bouw, het strategische gebruik, of de sociale impact, en vult daarmee het netwerk aan. De rol kan daarbij bestaan uit diepgaande tentoonstellingen en programma's aanbieden over de specifieke thema's of als expertlocatie dienen voor dat specifieke aspect binnen het netwerk.

Het Nationaal Museum Atlantikwall wil aanvullend zijn op bestaande structuren, taken en rollen. Daarnaast wil het museum geen hiërarchische positie innemen ten opzichte van andere musea, maar vooral een focus leggen op verbinding en het (inter)nationale verhaal van de Atlantikwall. Per saldo leidt dat tot een combinatie van elementen van verschillende rollen.

Ambitie

In het licht van de steeds verder vervagende herinneringen aan de Tweede Wereldoorlog enerzijds en de toenemende aandacht voor thema's als vrede en veiligheid anderzijds (in combinatie met actuele maatschappelijke ontwikkelingen), is het van belang het verhaal van de Atlantikwall zichtbaar te maken en te houden. Door behoud, herstel en ingebruikname van de voormalige kustbatterij in Noordwijk kan dit verhaal op een authentieke manier verteld worden. Het Nationaal Museum Atlantikwall wil daarbij een toonaangevend en iconisch museum zijn binnen een breder netwerk van Atlantikwall-musea. Hierbij wordt het nationale verhaal gepresenteerd met de bijbehorende persoonlijke verhalen en perspectieven. De profilering als Nationaal Museum draagt bij aan de naamsbekendheid en zichtbaarheid van de gehele Atlantikwall. Samenwerking met andere musea staat daarbij centraal.

Het Nationaal Museum Atlantikwall wil niet alleen een plek van educatie en herinnering zijn, maar ook van dialoog en bezinning. De uitdaging is om een duurzame, impactvolle bijdrage te leveren aan het bewustzijn van nieuwe generaties over het belang van vrijheid. Door een eigentijdse invulling met interactieve elementen kan het thema toegankelijk worden voor een breed publiek.

4.3 MISSIE

Het Nationaal Museum Atlantikwall wil de herinnering aan de Atlantikwall levend houden. Het museum biedt hierbij - in een herstelde en toegankelijke kustbatterij in Noordwijk - een diepgaand inzicht in de gebeurtenissen, gevolgen en betekenis van de Atlantikwall voor zowel lokale gemeenschappen als de bredere Europese geschiedenis tijdens de Tweede Wereldoorlog en erna. Daarbij staat de mens centraal en worden verschillende perspectieven belicht. Het museum wil meer zijn dan alleen een historische tentoonstellings-ruimte. Het wil een ontmoetingsplek zijn voor dialoog en bezinning; waar verleden en heden op een relevante manier samenkomen. Het museum verbindt de geschiedenis van de Atlantikwall met actuele thema's, zoals vrede, solidariteit, onverdraagzaamheid (waaronder antisemitisme) en onderdrukking en maakt deze onderwerpen bespreekbaar. Door middel van eigentijdse belevenissen en interactieve tentoonstellingen wil het museum dit belangrijke hoofdstuk van ons verleden toegankelijk maken voor een breed publiek. Door het combineren van educatie en ervaring creëren we bewustwording over de waarde van vrijheid. Daarbij speelt het museum een verbindende rol met andere musea over de Atlantikwall en kunnen de krachten worden gebundeld waar mogelijk.

4.4 VISIE

Het Nationaal Museum Atlantikwall streeft ernaar de centrale plek te zijn waar het verhaal van de Atlantikwall wordt verteld, met als doel bij te dragen aan een beter begrip van de geschiedenis en haar relevantie voor het heden. Dit hebben we vertaald in kernwaarden voor het toekomstige museum. De kernwaarden van het museum zijn gebaseerd op de eigenschappen en symboliek van de Atlantikwall zelf.

Onverwoestbare Herinnering

De Atlantikwall was bedoeld om stand te houden tegen elke aanval. Ooit een onverwoestbare vesting, nu een onverwoestbare herinnering. Enerzijds duidt dit op het behoud van de kustbatterij en bescherming van het erfgoed, als tastbare herinnering aan het oorlogsverleden in Europa. De toegankelijk gemaakte, gerestaureerde, ingerichte en beheerde bunkercomplexen uit de Tweede Wereldoorlog worden zo een ultiem vredesmonument. Anderzijds zal het museum zich inzetten om de herinnering aan deze periode en de impact die het heeft gehad onwrikbaar vast te houden voor toekomstige generaties. Het museum kan daarbij zowel jong als oud inspireren om te leren van de geschiedenis, met als doel bewustwording en een diepere waardering voor de waarde van vrijheid en democratie.

Echo's in Beton

De betonnen muren van de Atlantikwall fluisteren verhalen van vervlogen tijden. Deze verhalen hebben een grote impact gehad op alle betrokkenen en zijn nooit volledig verstomd. Het museum wil deze echo's hoorbaar maken en behouden voor toekomstige generaties. Het verhaal van de Atlantikwall wordt zichtbaar gemaakt via storytelling en persoonlijke invalshoeken. Hierbij is er oog voor verschillende perspectieven: een onneembare vesting voor de één, een symbool van onderdrukking voor de ander. De verhalen van toen worden gekoppeld aan gebeurtenissen van nu. Hiermee biedt het museum ook ruimte voor bezinning en reflectie. Daarmee is het letterlijk een echo uit het verleden, hoorbaar in heden en de toekomst.

Muur van Verbinding

De Atlantikwall was een muur van verdediging van Noord- tot Zuid-Europa. Vandaag de dag is het een lijn van verbinding. Het museum verbindt letterlijk en figuurlijk de verschillende steunpunten in de Atlantikwall tot een samenhangend geheel. Het is een plek om het gehele verhaal te vertellen en door te verwijzen naar de lokale musea en belevingen. Het museum bouwt bruggen tussen verschillende contexten, invalshoeken en tussen toen en nu. Daarnaast is er een inzet op samenwerking met andere musea, erfgoedlocaties en culturele instellingen. Samenwerken biedt niet alleen kansen voor het delen van kennis en middelen, maar creëert ook een krachtiger netwerk dat bezoekers een samenhangende en diepgaande ervaring biedt.

Bunkers van Beleving

Bunkers zijn niet alleen statische bouwwerken; ze zijn containers van intense emoties, ervaringen en herinneringen. Het museum kan zorgen dat elke bunker en gang die de bezoeker betreedt een eigen belevingswereld biedt, met unieke verhalen die emotioneel en zintuigelijk prikkelend zijn. Hierbij worden interactieve en innovatieve technieken ingezet, die niet alleen de zintuigen prikkelen maar ook een blijvende impact hebben. Zo wordt het verhaal van de Atlantikwall toegankelijk voor een breed en divers publiek, zodat iedereen de kans krijgt om zich te verdiepen in deze belangrijke geschiedenis. Uiteraard gebeurt dit met respect voor het verhaal en de boodschap. Bezoekers moeten zich herinneren wat ze zagen en voelden, lang nadat ze het museum hebben verlaten.



Noordgang Atlantikwall Museum Noordwijk

5

Uitgangspunten voor het concept

In dit hoofdstuk vertalen we de voorgaande hoofdstukken in uitgangspunten die centraal zullen staan bij de verdere conceptontwikkeling van het Nationaal Museum Atlantikwall. Hierbij gaan we in op de bezoekersbeleving, doelgroepen, de verhalen, educatieve thema's en toegankelijkheid.

5.1 EEN MUSEUM MET DRIE ZONES

Het museum kan worden opgedeeld in drie zones, elk met een eigen focus en sfeer. Gezamenlijk geven de zones een compleet beeld van de Atlantikwall, het dagelijks leven en de constructie van het bunkercomplex. In alle zones zal de authenticiteit van het bunkercomplex behouden blijven. Dat wil zeggen dat zo min mogelijk ingrepen worden gedaan aan de architectuur en dat ook dichtbij de oorspronkelijke sfeer en uitstraling (inclusief materialen, schilderingen etc.) gebleven zal worden. Een authentieke omgeving zal de bezoekersbeleving immers versterken. De drie zones in het museum zijn als volgt:

1

Zone 1: Noordelijke gangenstelsel

De Atlantikwall: de verdedigingslinie van West-Europa

In het noordelijke gangenstelsel krijgen bezoekers inzicht in de strategische rol van de Atlantikwall, die zich uitstrekte van Noorwegen tot Zuid-Frankrijk. Uitgebreide tentoonstellingen tonen hoe deze linie diende als verdedigingswerk van nazi-Duitsland tegen een geallieerde invasie. Via kaarten, maquettes en historische artefacten wordt de complexiteit en omvang van de Atlantikwall tastbaar. Multimedia en interactieve displays brengen het verhaal tot leven, met aandacht voor de bouwtechnieken, het gebruik van dwangarbeiders en de invloed op lokale gemeenschappen. Bezoekers kunnen zich verdiepen in de militaire strategie en de technische innovaties achter de linie, terwijl persoonlijke verhalen van soldaten, arbeiders en bewoners de menselijke kant van deze geschiedenis belichten. Ook wordt verbinding gemaakt met actuele thema's van vandaag de dag, die onder andere vertaald kunnen worden in wisseltentoonstellingen.

2

Zone 2: Vuurleidingsbunker

Commandopost van het front

De drie verdiepingen van de vuurleidingsbunker bieden een intieme blik op het dagelijkse leven en werk van de Duitse soldaten die deze bunkers bemanden. Deze zone is authentiek ingericht, compleet met originele en gereconstrueerde objecten, zoals kaarten, radioapparatuur en afstandsmeter. Bezoekers kunnen ruimtes verkennen zoals kantoren, slaapvertrekken en technische kamers die laten zien hoe soldaten en commandanten hier leefden en werkten. In deze zone kan ook dieper worden ingegaan op de regionale stützpunktgruppe Katwijk-Noordwijk. Het verhaal van deze commandopost wordt ondersteund door multimediale presentaties en persoonlijke verhalen, waardoor bezoekers zich kunnen inleven in de spanning en verantwoordelijkheden van het werk aan het front.

3

Zone 3: Zuidelijke gangenstelsel

Oerbeton: een avontuurlijke ontdekking

In het zuidelijke gangenstelsel ligt de nadruk op pure beleving en avontuur. Deze zone blijft in zijn oorspronkelijke, ruwe staat, wat bezoekers een authentieke ervaring geeft van hoe de bunkers er destijds uitzagen. Onder begeleiding van een gids kunnen bezoekers door donkere gangen en ongerepte bunkers dwalen, waarbij ze de kracht en eenvoud van deze constructies aan den lijve ondervinden. Tijdens het vleermuizenseizoen is deze zone gesloten, maar van mei tot en met augustus worden er speciale rondleidingen georganiseerd. Deze plek biedt daarmee ook een mooie verbinding met het thema natuur. Op specifieke momenten in het jaar zijn er speciale candlelight tours. Deze unieke rondleidingen voegen een mystiek element toe aan de rauwe architectuur van de Atlantikwall, waarbij het spel van schaduwen en kaarslicht een indrukwekkende sfeer creëert. Je beleeft bovendien de Atlantikwall zoals de jeugd dat deed in de jaren na de oorlog.

5.2 Nationaal Museum Atlantikwall

Bezoekersbeleving

1. De uitnodiging

Pers en PR, advertenties, website, sociale media, signing etc.



2. De overgang

Informatieborden, wayfinding, ontvangstbalie, warm welkom, horeca, facilitaire voorzieningen etc.



3. De introductie

Introductie expositie, maquette, tentoonstelling



4. De verkenning

Tentoonstelling, objecten, storytelling, interactieve elementen, video, audio etc.



8. De herinnering

Museumwinkel, horeca, waarderingsonderzoek, educatief materiaal etc.





6. De onderdompeling

Immersieve elementen zoals augmented reality, virtual reality, immersieve projecties, geluidseffecten etc.



9. De integratie

Lespakketten, inspiratietips voor andere musea, mailing of nieuwsbrief etc.



7. De verbinding

Persoonlijke verhalen, getuigenissen, objecten, interactieve installaties, gamification etc.



5. De bewondering

Esthetisch presentatie-element, kunst, interactief element, licht en geluid etc.

Het Nationaal Museum Atlantikwall neemt bezoekers mee in een stapsgewijze beleving die hen laat kennismaken met de indrukwekkende verhalen van deze militaire verdedigingslinie. Een reis in een museum of experience is veelal opgebouwd in negen fasen (Bär&Boshouwers, 2018), waarbij elke stap een unieke ervaring biedt en de bezoeker steeds dieper onderdompelt in het verhaal. Deze fasen zorgen ervoor dat bezoekers niet alleen leren over de Atlantikwall, maar ook emotioneel geraakt worden en met een blijvende indruk vertrekken.

1. De uitnodiging

De beleving begint al vóór het daadwerkelijke bezoek. Via inspirerende communicatie, zoals de website, sociale media en promotionele materialen, worden bezoekers uitgenodigd om een unieke ervaring te beleven. De uitnodiging wekt nieuwsgierigheid en benadrukt de verschillende aspecten van het museum, waardoor bezoekers zich gemotiveerd voelen om op ontdekking te gaan. De uitnodiging om het museum te bezoeken bestaat ook uit duidelijke signing bij de entree en aan het einde van de Bosweg (en bij voorkeur nog eerder) en een aantrekkelijke entree die bezoekers laat zien wat ze kunnen verwachten.

2. De overgang

Bij aankomst op het terrein stappen bezoekers letterlijk en figuurlijk een andere wereld binnen. De overgangsfase markeert daarmee de overgang van de buitenwereld naar het museum. Dit start met een duidelijke entree, bijvoorbeeld door middel van een variant op de oude entreepoort van het toenmalige militaire complex (zie pagina 11). Een wandelpad begeleidt bezoekers naar het nieuw te realiseren entreegebouw, waarbij ze al kennis zouden kunnen maken met obstakels die gebruikt werden in de kustverdediging (aandachtspunt is de esthetische uitstraling hiervan). Ook kunnen bezoekers hier bewust worden gemaakt van het omliggende landschap en het bijzondere gangenstelsel dat ze gaan betreden, maar dat in het landschap nauwelijks zichtbaar is.

Een nieuw entreegebouw

Om bezoekers een gastvrije en functionele toegang tot het Nationaal Museum Atlantikwall te bieden, heeft het museum plannen voor een nieuw entreegebouw. Dit gebouw vormt niet alleen het startpunt van de museumervaring, maar draagt ook bij aan een soepele ontvangst en betere faciliteiten. Het ontwerp van het entreegebouw wordt zorgvuldig afgestemd op de omgeving, waarbij het gebouw zoveel mogelijk uit het zicht wordt onttrokken, zodat het gebouw complementair is aan de omliggende duinen. Hierdoor wordt het een subtiele toegangspoort tot het museum.

Het entreegebouw kan meerdere functies vervullen, waaronder een persoonlijke ontvangst, ticketing, bezoekersfaciliteiten (kleine museumshop, beperkte horeca en zitruimte, sanitaire voorzieningen, lockers en garderobe) en een introductie en oriëntatie op het museum. Ook kan het entreegebouw door zijn verdiepte ligging in het landschap zorgen voor een rechtstreekse verbinding met de noordgang zonder trappen, waardoor de toegankelijkheid wordt vergroot.

Het entreegebouw is de plek om een warm welkom te bieden en de overgang naar het bunkercomplex te markeren. Om eventuele bedreigende associaties met bunkers of het gevoel ondergronds te zijn te verzachten, is het wenselijk om in het ontwerp van het entreegebouw een gevoel van comfort en veiligheid te creëren door een licht en uitnodigend ontwerp.

Om ruimte te creëren voor groepen is het aan te bevelen om onderdelen verplaatsbaar te maken, zodat er een multifunctionele ruimte ontstaat die ook voor groepen kan worden ingezet.

Vanaf hier kunnen bezoekers op hun eigen tempo aan hun bezoek starten. Hier kunnen bezoekers ook eventuele audiogidsen ontvangen, start de bewegwijzering door het museum en is er een korte uitleg over de Atlantikwall en het museum.

3. De introductie

Het is belangrijk om bezoekers mee te nemen in het onderwerp waar ze wellicht nog maar beperkt mee bekend zijn. Een duidelijke opbouw van het verhaal is essentieel voor de bezoekersbeleving, waarbij het goed is om te bedenken dat bezoekers niet alle informatie even uitgebreid tot zich zullen nemen. De introductie kan plaatsvinden door middel van een introductie expositie (op één van de wanden in het entreegebouw) of een maquette waardoor bezoekers inzicht krijgen in wat hen te wachten staat. Deze fase legt een inhoudelijke basis en prikkelt de nieuwsgierigheid naar de rest van het museum. Ook is deze fase bedoeld om de bezoeker overzicht te geven.

4. De verkenning

Na de introductie begint de verkenning van het museum en het bunkercomplex. Bezoekers krijgen de vrijheid om in hun eigen tempo te ontdekken. Bewegwijzering en plattegronden leiden hen naar de verschillende locaties toe. Deze fase biedt ruimte voor individuele keuzes, waardoor elke bezoeker zijn eigen reis kan samenstellen. Dit draagt bij aan een persoonlijke reis die bezoekers door het museum kunnen maken. In deze fase ligt de nadruk op educatie en betrokkenheid. De bezoeker gaat hierbij langs diverse tentoonstellingen over de verhalen van de Atlantikwall, waarbij ook interactieve elementen een rol spelen.

5. De bewondering

Tijdens deze fase worden bezoekers geconfronteerd met de grootsheid en complexiteit van de Atlantikwall. De kracht van het getal kan daarbij een rol spelen om de omvang te laten zien in begrijpbare eenheden (bijv. hoeveel bunkers, zand, manschappen, gesloopte huizen etc.). Dit wordt vertaald door een spectaculair presentatie element dat qua ontwerp indruk maakt en zorgt voor een mate van verwondering (positief danwel negatief). In dit element komen de vier vormen van beleving van Pine & Gilmore optimaal samen: esthetiek, amusement, leren en ontsnapping. Door bezoekers te verwonderen kan dit ervoor zorgen dat ze een sterkere relatie met het onderwerp opbouwen. Deze fase versterkt tevens de behoefte bij bezoekers om het museum te blijven ontdekken.

6. De onderdompeling

De beleving bereikt een hoogtepunt wanneer bezoekers volledig worden ondergedompeld in het verhaal. Via multimediale en immersieve elementen (zoals bijvoorbeeld geluidseffecten, AR/VR/XR, projecties etc.) ervaren ze het verhaal van de Atlantikwall. Deze fase spreekt alle zintuigen aan en laat bezoekers voelen hoe het was om onderdeel te zijn van deze ingrijpende geschiedenis.

7. De verbinding

Na de onderdompeling krijgen bezoekers de kans om een diepere verbinding te maken met het verhaal. Persoonlijke verhalen van dwangarbeiders, soldaten en lokale gemeenschappen kunnen worden gedeeld via getuigenissen en interactieve installaties. In deze fase nodigen tentoonstellingselementen ook actief uit tot nadenken over actuele thema's. Dit is het moment waarop bezoekers het verleden op een persoonlijke manier kunnen begrijpen en betekenis kunnen geven door het te vertalen naar hun eigen persoonlijke situatie.

8. De herinnering

In de laatste fase van het fysieke bezoek kunnen bezoekers evalueren wat ze hebben ervaren. Dit gebeurt bijvoorbeeld in de museumwinkel, waar ze tastbare herinneringen en educatief materiaal kunnen meenemen. Of in de horeca waar mensen na kunnen praten over het museum en de verhalen. Bezoekers kunnen hier ook gevraagd worden het bezoek te evalueren (waarderingsonderzoek).

9. De integratie

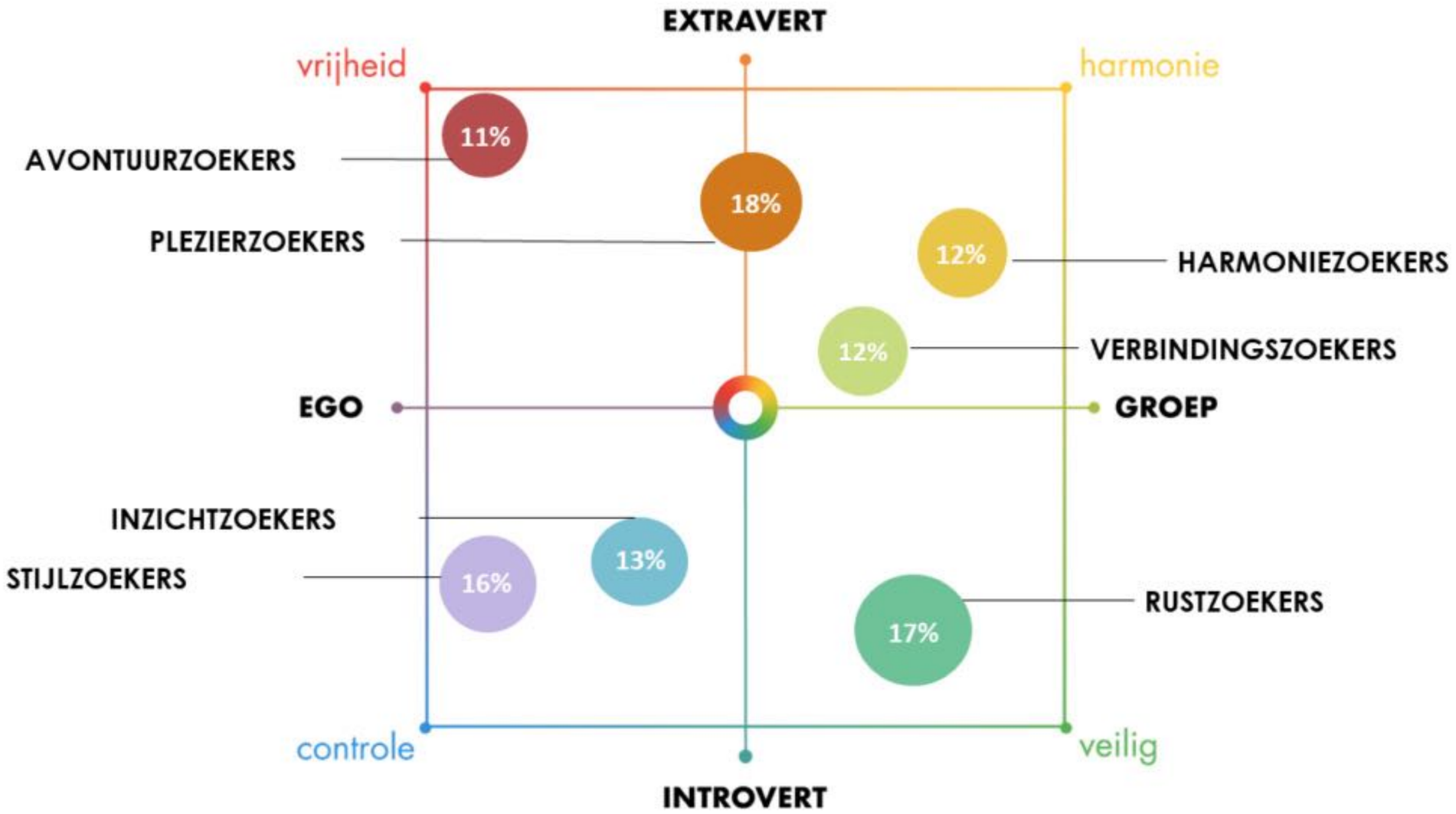
Het bezoek eindigt niet bij de uitgang. Bezoekers nemen de opgedane kennis en emoties mee naar huis. Het museum inspireert bezoekers om na te denken over actuele thema's, maar inspireert ook om andere plekken langs de Atlantikwall te bezoeken. Door het grotere verhaal te kennen, zullen ze lokale musea beter kunnen plaatsen en waarderen. Via het verzamelen van emailadressen zouden bezoekers ook na afloop nog geïnspireerd kunnen worden voor een bezoek aan andere locaties. Via lespakketten kunnen scholen het thema uitgebreider bespreken in de klas en een vervolg geven aan het bezoek.

5.3 DOELGROEPEN

Voor het museum zijn een aantal doelgroepen bijzonder relevant:

- **Bezoekers:** Aantrekken van nationale en internationale bezoekers met interesse in de Tweede Wereldoorlog, geschiedenis en erfgoed.
- **Onderwijs:** Gericht op scholen (met name primair en voortgezet onderwijs), door het aanbieden van interactieve lessen, workshops en aansluiting bij de leerdoelen.
- **Lokale gemeenschap:** het museum als een educatieve bron en ontmoetingsplaats voor het delen van verhalen over de rol van de Atlantikwall in de lokale gemeenschap van de voormalige Stützpunktgruppe Katwijk-Noordwijk en Noordwijk.

Er zijn verschillende manieren waarop je doelgroepen kunt indelen (segmenteren). Voorheen gebeurde dat vaak op basis van leeftijd, gezinssamenstelling of inkomensniveau. Maar ouderen zijn steeds vitaler en een hoog inkomen betekent nog niet automatisch dat je dan ook meer besteed. Ook zegt het niets over wat je werkelijk interessant vindt of hoe je recreatiegedrag is. Daarom wordt tegenwoordig veel gebruikgemaakt van zogenoemde psychografische segmentatie. Hierbij baseer je je op de levensstijl van bezoekers. Een methode hiervoor is het BSR™-model van MarketResponse (ook wel bekend als de Leefstijlvinder). Dit is een wetenschappelijk leefstijlmodel dat de drijfveren van mensen ontrafelt, zodat je weet wat je moet doen om mensen in beweging te krijgen.



Er worden hierbij zeven leefstijlen onderscheiden. Vanuit dit onderzoek komen we tot drie leefstijlen die het Nationaal Museum Atlantikwall bij de verdere ontwikkeling centraal kan stellen:



Inzichtzoeker

Kenmerken: Deze groep is leergierig, rationeel en op zoek naar verdieping. Ze bezoeken culturele locaties vooral om kennis op te doen en nieuwe inzichten te verkrijgen. Inzichtzoekers waarderen musea en erfgoedlocaties die hen intellectueel uitdagen en willen achtergrondinformatie over de tentoongestelde objecten en thema's.

Waarom geschikt: Het Nationaal Museum Atlantikwall, met zijn focus op de historische context, geopolitieke achtergronden en de impact van de Atlantikwall, sluit goed aan bij de behoeften van deze groep. Inzichtzoekers waarderen diepgaande informatie en worden aangetrokken door de historische waarde van de locatie en het educatieve aspect van de tentoonstellingen.

Beleving en aanbod: Deze groep verwacht meer uitgebreide achtergrondinformatie, interactieve tentoonstellingen met diepgang en mogelijkheden om door middel van lezingen of speciale rondleidingen extra kennis op te doen. Audiogidsen, gedetailleerde documentatie en educatieve activiteiten zijn effectief voor deze groep.



Verbindingszoekers

Kenmerken: Verbindingszoekers hechten waarde aan saamhorigheid en genieten van activiteiten die het sociale en culturele leven versterken. Ze bezoeken culturele locaties niet alleen voor hun eigen verrijking, maar ook om tijd door te brengen met anderen. Ze hebben een voorkeur voor musea en erfgoedlocaties die laagdrempelig zijn en waar een duidelijke link is met het dagelijks leven en de gemeenschap.

Waarom geschikt: De Atlantikwall heeft een belangrijke impact gehad op de lokale gemeenschappen langs de Nederlandse kust. Verbindingszoekers kunnen zich goed identificeren met deze verhalen, omdat ze de nadruk leggen op de menselijke kant en de gemeenschapsimpact van de oorlog. Ze waarderen het als het museum verhalen uit verschillende perspectieven belicht, zoals die van lokale bewoners, soldaten, en dwangarbeiders.

Beleving en aanbod: Deze groep is geïnteresseerd in interactieve programma's in een authentieke sfeer. Ze hebben interesse in lokale verhalen en thema's waarbij de historische context wordt verbonden met hedendaagse thema's.



Avontuurzoekers

Kenmerken: Deze groep, die vaak jong is, houdt van nieuwe ervaringen, uitdagingen en dynamische activiteiten. Ze houden ervan om nieuwe dingen te ontdekken en willen worden uitgedaagd. Ze kiezen in hun vrije tijd vaak voor activiteiten die hen zowel fysiek als mentaal betrekken. Ze willen hun vrije tijd gebruiken om zichzelf te ontwikkelen en iets unieks mee te maken.

Waarom geschikt: Deze groep is jong van geest en omvat vaak tieners, jongvolwassenen en gezinnen die actief willen zijn tijdens hun bezoek. Ze willen meer doen dan alleen kijken: ze willen ervaren, proberen en zelf deelnemen. Jongeren in deze leefstijl zijn nieuwsgierig en vinden het leuk om dingen zelf te ontdekken.

Beleving en aanbod: Avontuurzoekers zijn gevoelig voor vernieuwing en innovatieve concepten. Ze worden aangetrokken door unieke ervaringen en spannende verhalen die op een dynamische manier worden gebracht. Ze houden van interactieve tentoonstellingen, speurtochten en activiteiten die hen uitdagen.

Uiteraard zijn alle doelgroepen welkom, maar door focus aan te brengen in de doelgroepen bij de verdere uitwerking kunnen gerichte keuzes worden gemaakt in communicatiestijl, presentatiestijl, promotiekanalen, mate van interactie etc.

5.4 KENMERKEN PRESENTATIE

De keuze voor doelgroepen is ook van invloed op de wijze van presentatie in het museum. Voor de presentatie in het museum betekent dit:

- Een persoonlijke, interactieve en visueel aantrekkelijke stijl is wenselijk.
- De tone of voice is informeel, maar respectvol genoeg voor het historische thema. Communicatie vindt plaats in de je-vorm.
- De toon is dynamisch en opwindend bij interactieve elementen en meer beschouwend bij reflectieve onderdelen van de tentoonstelling.
- Een visueel sterkere aanpak werkt goed voor deze groepen. Kortere teksten met visuele ondersteuning zijn belangrijk. Via QR codes, NFC-tags of een aanvullende audiotour kan meer diepgaande informatie worden opgehaald.
- Storytelling is het overkoepelende thema. Via verhalen kunnen verschillende niveaus van interesse worden aangesproken. Voorbeelden die aanspreken zijn persoonlijke verhalen en anekdotes of interactieve elementen waarin historische personages tot leven komen. Maar ook bijzondere objecten die verwonderen en een verhaal vertellen.
- Voor jongeren is het wenselijk dat de thema's en verhalen herkenbaar kunnen zijn. Daarbij kan het behulpzaam zijn om te laten zien dat veel soldaten relatief jong waren aan het front, parallellen te trekken met situaties vandaag de dag of door jongere nabestaanden (van soldaten of slachtoffers) te laten vertellen over hoe zij kijken naar de gebeurtenissen aan de Atlantikwall.
- Een persoonlijke benadering kan worden bereikt door het ontwikkelen van thematische routes, waarbij bezoekers op basis van hun eigen interesses een persoonlijke route kunnen volgen door het museum. Een gezin met kinderen krijgt bijvoorbeeld een route die de aandacht van jonge bezoekers vasthoudt met interactieve displays en speurtochten, terwijl een geschiedenisfanaat dieper kan duiken in gedetailleerde historische achtergronden en objecten.
- Interactieve elementen zijn belangrijk om de aandacht vast te houden. Denk hierbij aan immersieve elementen die bezoekers letterlijk onderdompelen in het verhaal, touchscreens of technieken zoals augmented reality, hologrammen of virtual reality. Interactieve elementen zijn altijd een ondersteunend middel en geen doel op zichzelf.

Artificial intelligence kan op verschillende momenten een toegevoegde waarde bieden. Enkele voorbeelden:

- AI-gestuurde chatbots kunnen bezoekers de mogelijkheid geven om "in gesprek" te gaan met virtuele versies van historische figuren, zoals een Duitse soldaat of een lokale aannemer. Hierbij geeft de AI chatbot antwoorden gebaseerd op historisch onderzoek. Dit kan helpen het perspectief van bepaalde personen te begrijpen.
- AI kan spraak en tekst in realtime vertalen, zodat internationale bezoekers de tentoonstelling in hun eigen taal kunnen ervaren.
- AI kan vragen stellen over hun emoties en gedachten na het bezoek. Het AI-systeem kan patronen herkennen in reacties en bezoekers nieuwe vragen of perspectieven geven om verder over na te denken. Dit voorbeeld kan ook op een andere manier worden ingezet, namelijk om bezoekers te vragen naar hun waardering van het museum en sterke punten of verbeterpunten te benoemen. AI kan doorvragen waar nodig en de resultaten bundelen in rapportages. Dit kan ook op maat voor kinderen worden ontwikkeld.
- De toepassing van AI is in ontwikkeling. Het vraagt een gesloten omgeving met duidelijke programmering en afkadering van de antwoordopties die gegeven kunnen worden in verband met eventuele gevoeligheden die spelen bij dit onderwerp.

5.5 DE VERHALEN

De Atlantikwall biedt vele verhalen die interessant zijn voor bezoekers: van de strategie tot de structuur en van de bouw tot het naoorlogse gebruik. Tijdens een eerste brainstorm zijn tal van verhalen en ideeën naar voren gekomen. Dit overzicht hebben we aangevuld met verhaallijnen uit de literatuur en thema's die door gesprekspartners naar voren zijn gebracht. Grofweg kunnen we deze verhalen bundelen tot acht thema's die in het museum een rol kunnen krijgen. Dit is een dynamisch en indicatief overzicht dat tijdens het gehele ontwikkelproces kan worden aangevuld en aangescherpt. Bij de keuze van onderwerpen is het van belang om duidelijke keuzes te maken in wat wel en niet verteld wordt, zodat een bezoeker het overzicht bewaard en het museum aanvullend is op bestaande musea over de Tweede Wereldoorlog. De focus zal daardoor vooral moeten liggen op het verhaal van de Atlantikwall (inclusief de aanleiding hiertoe en ideologie hierachter), maar niet primair ingaan op algemene oorlogsthema's zoals bijvoorbeeld de hongerwinter.

- **Schild voor de Europese westkust**
  - Tweede Wereldoorlog en de nieuwe westgrens
  - Doel van de Atlantikwall
  - Reikwijdte van de Atlantikwall
  - Strategie achter de Atlantikwall

- **Mozaïek van verdedigingswerken**
  - Ontwerp van de Atlantikwall
  - Start en doorontwikkeling (kat-en-muisspel geallieerden en Duitsers)
  - Gebruik van het landschap
  - Widerstandsnest, Stützpunkt, Stützpunktgruppe, Verteidigungsbereich, Festung
  - Freie Küste
  - Mijnenvelden, tankmuren, drakentanden, radaropstellingen etc.
  - Architectuur en typen bunkers
  - Verbinding met het achterland

- **Muur van beton en bevelen**
  - Grondstoffen, materialen en logistiek
  - Arbeidscapaciteit (arbeiders, dwangarbeid, lokale aannemers etc.)
  - Organisatie en hoofdrolspelers
  - Infra- en commandostructuur
  - Massaproductie
  - Invloed op het landschap
  - Evacuatie en ontruiming
  - Innovaties
  - Verzet en spionage

- **Leven in de schaduw van de Atlantikwall**
  - Dagelijks leven omwonenden
  - Houding inwoners ten opzichte van de Atlantikwall en Duitse soldaten
  - Kinderperspectief op de Atlantikwall
  - Dagelijks leven van soldaten
  - Strand als sperrgebiet

- **Verdedigingslinie onder vuur**
  - Geschutsstellingen
  - Gevechten en bombardementen
  - Misleiding en proefaanvallen
  - Rol tijdens de invasie
  - Atlantikwall tijdens bevrijding van Nederland
  - Tekortkomingen

- **Mythisch paradepaardje**
  - De Atlantikwall als propagandamiddel
  - Propaganda versus realiteit
  - Films, literatuur en kunst over de Atlantikwall

- **Van haatbeton tot memorial**
  - Sloop en wederopbouw
  - Koude Oorlog
  - Behoud, restauratie en herbestemming
  - Ecologische functie
  - Beleving van de Atlantikwall



Loopgraaf op Vieland

5.6 ACTUELE EDUCATIEVE THEMA'S

Op basis van de bovenstaande verhalen kan het Nationaal Museum Atlantikwall meerdere actuele thema's aansnijden die ook vandaag de dag relevant zijn. Het verbinden van deze thema's aan de geschiedenis van de Atlantikwall maakt het museum niet alleen historisch interessant, maar ook maatschappelijk en educatief waardevol en actueel. Daarbij wil het museum zeker niet belerend zijn. Daardoor zal vooral gekozen worden voor neutrale informatie over het onderwerp, waarbij iedere bezoeker voor zichzelf dit kan vertalen naar zijn eigen situatie, perspectief etc. Ook zal het niet voor alle onderwerpen nodig zijn om bezoekers expliciet aan te zetten om na te denken over het onderwerp, dit kan soms ook impliciet aan de orde zijn. Hieronder een aantal passende thema's zijn die een relatie hebben met het thema Atlantikwall. Het museum kan daarin keuzes maken welke thema's het beste aansluiten bij de (wissel)tentoonstelling en het totale verhaal.

1. Impact van conflict

De Atlantikwall had een grote impact op de lokale samenleving, onder andere door de grootschalige evacuatie en sloop en beperkingen in de bewegingsvrijheid. Dit biedt ruimte voor reflectie op de impact van oorlog op mens en maatschappij, waarbij bezoekers kunnen worden aangezet om na te denken over hoe oorlog het dagelijks leven (ook vandaag de dag) kan beïnvloeden.

2. Mensenrechten en dwangarbeid

De bouw van de Atlantikwall ging gepaard met dwangarbeid en slechte arbeidsomstandigheden, thema's die nog steeds actueel zijn in de context van moderne slavernij en uitbuiting wereldwijd. Net als in de Tweede Wereldoorlog worden vandaag de dag mensen gedwongen hun huizen te verlaten door conflict of onderdrukking. Het museum kan parallellen trekken met huidige strijdgebieden.

3. Nationalisme versus grensoverschrijdende samenwerking

Het museum kan aandacht besteden aan hoe nationalistische ideologieën en extremisme tijdens de Tweede Wereldoorlog hebben bijgedragen aan de bouw van structuren zoals de Atlantikwall. Daar tegenover kan worden getoond hoe de Atlantikwall nu een bouwwerk van verbinding kan zijn en hoe Europa na de oorlog heeft gewerkt aan een vreedzame toekomst en wat daaruit geleerd kan worden.

4. Technologie en innovatie

De Atlantikwall bood innovatieve technieken en kan parallellen trekken met hedendaagse militaire innovaties. Ook kan inzicht worden gegeven in de evolutie van defensiestrategieën, zowel tijdens de Tweede Wereldoorlog als vandaag de dag.

5. De rol van propaganda en media

De Atlantikwall was een belangrijk propagandamiddel voor Hitler. Hierbij kan worden getoond hoe de Atlantikwall werd gepresenteerd aan het Duitse volk en de bezette gebieden en wat het doel hiervan was. Dit kan gekoppeld worden aan het huidige gebruik van media en desinformatie in oorlogsvoering. Daarnaast zijn er vergelijkingen te maken tussen historische propaganda en hedendaagse fenomenen als nepnieuws en deepfake.

6. De relatie tussen mens en natuur

De Atlantikwall gebruikte het landschap als hulpmiddel bij de aanleg van de verdedigingslinie, maar had ook grote impact op het landschap. Getoond kan worden hoe het kustlandschap is veranderd en hoe de Atlantikwall vandaag de dag juist een toevluchtsoord is voor flora en fauna.

7. Duurzaamheid en erfgoedbehoud

De Atlantikwall raakt enkele actuele thema's op het gebied van erfgoedbehoud. Denk aan de wijze waarop herbestemming plaatsvindt van de restanten van de Atlantikwall. Maar ook actuele vraagstukken als hoe we omgaan met het behoud van erfgoed in een tijd waarin ruimtegebruik (zoals nieuwbouw) en de impact van klimaatverandering steeds urgenter wordt.

8. Identiteit en herinnering

In 2025 is het 80 jaar geleden dat heel Nederland is bevrijd. Doordat de groep laatste ooggetuigen erg klein is geworden, roept dit de vraag op hoe wij ons de Tweede Wereldoorlog en de Atlantikwall herinneren en of ons beeld overeenkomt met verslagen van ooggetuigen. Ook kan worden verteld wat de Atlantikwall vandaag de dag betekent voor kustgemeenschappen in Nederland en Europa (erfgoed en identiteit).

Door deze thema's te verbinden aan het verhaal van de Atlantikwall, kan een nationaal museum actuele kwesties op een boeiende en relevante manier presenteren. Het maakt het museum tot een plek waar de geschiedenis inspireert tot reflectie en actie in het heden. De thema's kunnen - waar dit logisch en passend is - geïntegreerd worden in de permanente tentoonstelling of onderdeel zijn van wisseltentoonstellingen.

5.7 TOEGANKELIJKHEID

Het Nationaal Museum Atlantikwall streeft ernaar een plek te zijn waar alle bezoekers, ongeacht leeftijd, fysieke mogelijkheden of culturele achtergrond, het verhaal van de Atlantikwall op een gelijkwaardige en betekenisvolle manier kunnen ervaren. Toegankelijkheid vormt een integraal onderdeel van onze missie om inclusiviteit te bevorderen en het onderwerp van de Atlantikwall toegankelijk te maken voor een breed publiek.

Fysieke en digitale toegankelijkheid

De Atlantikwall is historisch gezien een complex van bunkers en verdedigingswerken, wat kan zorgen voor uitdagingen op het gebied van fysieke toegankelijkheid. Vanwege de hoge ambitie zal het streven moeten zijn om het museum zo toegankelijk mogelijk te maken voor alle bezoekers.

Dit betekent dat waar mogelijk de bestaande routes worden aangepast zodat de ingang toegankelijk wordt voor bezoekers met een fysieke beperking. Het nieuwe entreegebouw en de noordelijke gangen en bunkers zijn hierbij toegankelijk voor bezoekers met een fysieke beperking of rolstoel. Dit zal nog wel een aanpassing vragen bij de munitiebunker, omdat hier enkele traptreden zijn. Interactieve elementen en meubels zullen bij het ontwerp rekening houden met deze doelgroep (maatvoering, hoogtes, bediening etc.). Een optimale toegankelijkheid is niet mogelijk in de vuurleidingsbunker, waar diverse trappen een belemmering zijn. Om de authenticiteit in dit deel van het complex te behouden zijn grootschalige aanpassingen niet wenselijk. Dit geldt ook voor het zuidelijke gangenstelsel. Voor bezoekers met een beperking kan dit gedeeltelijk worden opgevangen door een virtuele beleving van deze twee zones in de entreeruimte. Via een iPad of VR-bril kunnen bezoekers met een beperking bijvoorbeeld virtueel dit deel van het complex beleven. Zo kan het gezelschap achteraf toch met elkaar napraten over de beleving in het gehele complex.

Binnen de tentoonstellingsruimtes kunnen zitgelegenheden worden gecreëerd, zodat bezoekers op hun eigen tempo kunnen genieten van de tentoonstelling. Om ervoor te zorgen dat bezoekers met visuele en auditieve beperkingen een volwaardige ervaring hebben kunnen alle videomateriaal en interactieve displays voorzien zijn van ondertiteling. Voor ongeletterde bezoekers kunnen audiotours in eenvoudige taal uitkomst bieden.

Als de basis qua toegankelijkheid beschikbaar is, kan op de langere termijn eventueel ook nog nagedacht worden over verdieping en verrijking van toegankelijkheid, bijvoorbeeld door middel van tactiele elementen voor blinde en slechtziende bezoekers of rondleidingen voor specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld bezoekers met cognitieve of auditieve beperkingen).

Naast de fysieke toegankelijkheid is aandacht wenselijk voor digitale toegankelijkheid, zodat ook online bezoekers de informatie zonder belemmeringen kunnen raadplegen. Dit kan onder andere worden ingevuld door een website van het museum die voldoet aan de internationale richtlijnen voor digitale toegankelijkheid (WCAG 2.1) en die zo in te richten dat bezoekers gemakkelijk door de content kunnen navigeren, gebruik kunnen maken van schermlezers en de tekst kunnen aanpassen aan hun leesvoorkeuren. Op de website is informatie te vinden over de toegankelijkheid van het complex, zodat bezoekers weten waar ze aan toe zijn bij hun bezoek.

Inclusieve Programma’s

Toegankelijkheid gaat verder dan de fysieke ruimte; het is ook belangrijk dat de inhoud en presentatie van het museum een breed publiek aanspreekt. Dit kan worden ingevuld door:

- *Educatieve programma’s voor diverse doelgroepen:* Het museum ontwikkelt educatieve programma’s op maat voor verschillende doelgroepen, zoals scholen, senioren, en families. Hierbij wordt rekening gehouden met verschillende leerstijlen en wordt gebruikgemaakt van visuele, auditieve en praktische leermiddelen.

- *Meerlagige presentaties:* De tentoonstellingen worden ontworpen met verschillende lagen van informatie: van eenvoudige introductieteksten tot diepgaande verhalen en context. Hierdoor kan elke bezoeker, ongeacht voorkennis, op zijn eigen manier de tentoonstelling beleven.

- *Meertalige informatie:* Alle tentoonstellingen voorzien van toelichtingen in het Nederlands, Engels en Duits. Belangrijke thema's en verhalende elementen worden op een uniforme manier vertaald om een consistente ervaring te garanderen. Ook de website zal in drie talen beschikbaar zijn. Via AI zijn in de toekomst mogelijk meerdere talen te ontsluiten.

- *Meervoudige context:* Mensen met verschillende achtergronden zullen het onderwerp Atlantikwall ook op verschillende manieren benaderen en interpreteren. Zo zullen toenmalige lokale inwoners het onderwerp mogelijk anders bekijken dan de minderheden die in de oorlog onderdrukt werden. Duitse bezoekers zullen het onderwerp ook weer anders benaderen dan Nederlandse bezoekers. Vrouwen wellicht anders dan mannen en jongere bezoekers weer anders dan oudere bezoekers. Bezoekers met een migratie achtergrond hebben mogelijk een andere relatie met het thema (Tweede Wereld)oorlog dan Nederlanders die de verhalen vanuit eerdere generaties hebben meegekregen. Het kan daardoor wenselijk zijn om bij de ontwikkeling van het museum experts te betrekken die vanuit deze verschillende perspectieven kunnen meedenken over de inhoud van het museum. Ook kan het werken met persona's (die ieder vanuit een eigen perspectief het onderwerp belichten) een oplossing bieden.

Toegankelijkheid en inclusiviteit is geen statisch doel, maar een continu proces van ontwikkeling. Op basis van feedback van bezoekers en behoeften kunnen de voorzieningen en diensten steeds verder worden geoptimaliseerd en uitgewerkt.



Bunker Dishoek Koudekerke



Atlantikwall Museum Noordwijk

6

Organisatie

Het Nationaal Museum Atlantikwall wil zich ontwikkelen tot een professioneel, goed gestructureerde organisatie die niet alleen een betekenisvolle ervaring biedt, maar ook een solide basis heeft op het gebied van vrijwilligersmanagement, financiën en marketing. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste organisatorische aspecten van het museum besproken.

6.1 EEN NATIONAAL MUSEUM

De internationale definitie van een museum is als volgt:

Een museum is een permanente instelling zonder winstoogmerk, in dienst van de samenleving, gericht op het onderzoeken, verzamelen, bewaren, interpreteren en tentoonstellen van materieel en immaterieel erfgoed. Musea zijn openbaar, toegankelijk en inclusief en bevorderen diversiteit en duurzaamheid. Ze werken en communiceren ethisch, professioneel en met participatie van gemeenschappen. Musea bieden een verscheidenheid aan ervaringen met het oog op educatie, genoegen, reflectie en kennisuitwisseling.

De term ‘museum’ is niet beschermd en daarom voor iedereen vrij te gebruiken. Strikt formeel zijn er dan ook geen vereisten waar een nationaal museum aan zou moeten voldoen. Voor een nationaal museum is niet zozeer een aparte definitie. Het is wel nadrukkelijk anders dan een Rijksmuseum, dat een museum is met een collectie dat eigendom is van de Nederlandse Staat. Enkele rijksmusea hebben collecties die geen eigendom zijn van het Rijk, maar waarvoor het Rijk wel verantwoordelijk is.

Beleid

Omdat een nationaal museum ook bepaalde verwachtingen oproept, zou het wenselijk zijn om het museum te registeren in het Museumregister Nederland en te voldoen aan de vereisten die geformuleerd zijn in de bijbehorende Museumnorm (het kwaliteitskader voor geregistreerde musea in Nederland). Dit vraagt qua beleid en organisatie het nodige, waar stapsgewijs naartoe kan worden gewerkt. Hierbij valt te denken aan:

- Beleidsplan
- Collectieplan
- Personeel- en vrijwilligersbeleid
- Ontruimingsplan en veiligheidsinstructies
- Toepassing van de Governance Code Cultuur
- Jaarrekening met akkoordverklaring
- Werkwijze collectieregistratie
- Bezoekvoorwaarden
- Educatiebeleid
- Communicatiebeleid

Naamgeving

De term nationaal museum roept bij iedereen weer andere verwachtingen op. Voor sommigen betekent het dat het museum een landelijke uitstraling heeft, wat zich ook vertaald in het focusgebied van het museum. Voor anderen draait het om de wijze waarop het museum inhoudelijk samenwerkt met andere musea en een voortrekkersrol vervult of een plek heeft in een landelijk netwerk met andere nationale oorlogsmusea. Voor weer anderen kan het geassocieerd worden met een hiërarchie, waarbij het nationaal museum belangrijker zou zijn dan andere locaties. Dat kan gevoelig zijn. Om die reden zou het een mogelijkheid zijn om een alternatieve naam te voeren, zoals Atlantikwall Europa Museum, de Atlantikwall Experience of Atlantikwall Museum.

Toch is het advies om - ondanks de mogelijke gevoeligheid - de term Nationaal Museum wel in de naam en ambitie te verwerken, *mits* het museum met een hoge ambitie wordt ingevuld. Dat wil zeggen dat de verwachtingen van bezoekers worden overtroffen door een bijzondere inrichting met een hoge mate van interactiviteit, voldoende oppervlak (volledige noordgang met bunkers inzetten voor het nationale verhaal en

het toevoegen van een entreegebouw) en ruime openingstijden. De naam geeft een duidelijk beeld van de inhoud en focus: een plek waar het volledige verhaal van de Atlantikwall in Nederland wordt verteld, met nationale én internationale relevantie. De term ‘Nationaal’ benadrukt het brede belang van de Atlantikwall binnen de Nederlandse en Europese geschiedenis en geeft de Atlantikwall daarmee ook erkenning als een belangrijk element in de nationale oorlogsgeschiedenis. Bovendien helpt het om de herkenbaarheid en aantrekkingskracht van zowel het museum als de Atlantikwall te vergroten bij het publiek. Een nationale titel verhoogt de geloofwaardigheid en aantrekkingskracht voor internationale bezoekers en onderzoekers, vooral gezien de rol van de Atlantikwall in het Europese oorlogsverhaal. Het biedt kansen om verhalen, middelen en bezoekersstromen binnen de Atlantikwall met elkaar te verbinden zonder de autonomie van andere locaties aan te tasten. Het gebruik van ‘Nationaal’ in de naam kan helpen bij het verkrijgen van steun en middelen van landelijke overheden, fondsen en organisaties. Dit maakt het museum aantrekkelijker voor partnerschappen en investeringen. Tot slot geeft het een duidelijk beeld van de ambitie en het niveau van professionaliteit waarmee het museum invulling wil geven aan de presentatie over de Atlantikwall.

6.2 FYSIEKE CAPACITEIT

Het is op dit moment nog niet geheel duidelijk wat de maximale capaciteit van het museum zal zijn. De capaciteit wordt bepaald door een aantal aspecten. Allereerst is dit de totale oppervlakte van het complex. Een tweede aspect is de gewenste bezoekersdichtheid, oftewel hoeveel ruimte per bezoeker is wenselijk. Een derde element is de maximale doorstroomcapaciteit per uur. Als bezoekers zich door het complex bewegen, moet rekening worden gehouden met de looptijd per gang en de verblijfsduur in ruimtes. De gangen kennen hierbij een capaciteitsbeperking; iets dat zal moeten worden meegewogen. Een vierde aspect is de omloopsnelheid, oftewel: wat is de gemiddelde bezoekduur per bezoeker. Een laatste en niet onbelangrijk aspect zijn de veiligheids- en evacuatienormen. Dit alles zal de maximale capaciteit bepalen.

De beperkingen in capaciteit (bijvoorbeeld door het gangenstelsel) kan - indien dit in de praktijk nodig blijkt bij hogere bezoekersaantallen - worden opgevangen door te werken met een specifieke routing en tijdsloten waarbij bezoekers in tijd en ruimte worden gespreid.

In samenhang hiermee zal een nationaal museum ook iets vragen van de openstelling van het museum. Er zal een stapsgewijze uitbreiding van openingsdagen wenselijk zijn, die meegroeit met de behoefte van de bezoekers. De openingstijden dienen consequent te zijn (de bezoeker moet erop kunnen vertrouwen). Dit zal bij verdere groei ook iets vragen van de beschikbare vrijwilligerscapaciteit.

Een laatste aandachtspunt qua capaciteit is de opvangcapaciteit voor groepen. Hierbij kan het entreegebouw een rol spelen. Het museum kan onderscheidend zijn door een hogere groepscapaciteit te kunnen huisvesten. Mogelijk is dit als alternatief ook op te vangen door een samenwerking met lokale congreslocaties, aangezien Noordwijk bij uitstek een locatie is dat zich richt op zakelijk toerisme.

6.3 MENSELIJKE CAPACITEIT

De ambitie van een Nationaal Museum zal samenhangen met extra taken en nieuwe expertises. De nieuwe ruimtes (zoals het entreegebouw en het uitgebreide gangenstelsel zullen per saldo ook meer capaciteit vragen per openingsdag dan heden. Daarnaast zal er mogelijk ook behoefte zijn aan nieuwe expertise, zoals bijvoorbeeld op het gebied van marketing of bepaalde kennis over de collectie.

Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn de ruggengraat van het museum en spelen een cruciale rol. Niet alleen in het dagelijkse reilen en zeilen van het museum, maar ook in het graven, herstellen, toegankelijk maken en doorontwikkelen van het museum. Tot op heden zijn er al meer dan 100.000 vrijwilligersuren ingezet voor het opgraven, herstellen, inrichten, ontvangen en rondleiden van bezoekers en bestuursactiviteiten. De Museumvereniging stelt de waarde van 1 FTE (1872 uur) voor een vrijwilliger gelijk aan € 56.000. De inzet van vrijwilligers vertegenwoordigt hiermee een waarde van zo’n **€ 3 miljoen**. Letterlijk en figuurlijk onbetaalbaar.

Vrijwilligers vormen de kern van het museum en blijven dat ook. Het museum wil nadrukkelijk primair een vrijwilligersorganisatie blijven, waarbij het uitgangspunt is dat iedereen kan bijdragen op een manier die past bij ieders interesse en mogelijkheden. Veel vrijwilligers zullen kunnen blijven doen wat ze nu al doen – of het nu gaat om kassawerk, rondleidingen in de zuidgang of onderhoudswerkzaamheden. Het museum streeft ernaar vrijwilligers te binden door een cultuur van waardering te creëren. Dit gebeurt via vrijwilligersbijeen-komsten, erkenning in de vorm van certificaten, flexibiliteit in uren en duidelijke communicatie.

De ambitie van een nationaal museum zal ook leiden tot nieuwe (nationaal georiënteerde) vragen van bezoekers of nieuwe taken en verantwoordelijkheden met zich meebrengen. Daarmee biedt de doorontwikkeling nieuwe kansen voor vrijwilligers die zich verder willen ontwikkelen in bezoekersbegeleiding, storytelling of inhoudelijke verdieping. Dit proces zal stapsgewijs verlopen en altijd op vrijwillige basis. Het museum zal vrijwilligers die zich willen ontwikkelen hierin ondersteunen met begeleiding en scholing, zodat zij zich comfortabel voelen in hun rol. Voor een aantal andere taken zullen mogelijk extra vrijwilligers moeten worden geworven, zodat een brede poule aan vrijwilligers ontstaat met diverse achtergronden en vaardigheden. Dit vergt een gericht wervingsbeleid of samenwerking met opleidingsinstellingen.

Betaalde capaciteit

Gezien de omvang van het complex, nieuwe technische en interactieve installaties, de verantwoordelijkheden bij grotere bezoekersaantallen, grotere financiële stromen, nieuwe rollen die een nationaal museum met zich meebrengt en de complexere planning van capaciteit kan het uiteindelijk nodig zijn om te werken met betaalde basiscapaciteit, zoals een coördinator of conservator. Dit zal ook invloed hebben op de structurele exploitatie. Het is aan te raden om deze optie open te houden en mee te calculeren voor toekomstbestendige continuïteit van het museum en een verantwoorde draaglast voor bestuursleden. Het vraagt ook aandacht voor de verhouding ten opzichte van de onbetaalde vrijwilligers om te voorkomen dat deze groep zich benadeeld zal voelen.

Bestuur

Een nationaal museum kan op termijn ook invloed hebben op de samenstelling van het bestuur en de expertise die in het bestuur nodig is. De ambitie brengt nieuwe verantwoordelijkheden met zich mee, er is mogelijk een nauwere verbinding wenselijk met landelijke erfgoedinstellingen, er zal meer aandacht zijn voor governance en financieel management/fondsenwerving etc.

6.3 FINANCIEEL

Om deze visie te realiseren, is een robuust financieel plan nodig. De inrichting van het complex en de transitie naar een Nationaal Museum Atlantikwall vragen om investeringen, die gefaseerd uitgevoerd kunnen worden in een meerjarenplan. Samenwerking met publieke en private partners is essentieel om de toekomst van het Nationaal Museum Atlantikwall te borgen en een duurzame exploitatie te kunnen realiseren. De inkomsten kunnen bestaan uit een combinatie van publieke en private middelen, donaties en museumactiviteiten.

Eigen inkomsten

Inkomsten uit ticketverkoop, evenementen en rondleidingen zijn belangrijke pijlers voor het museum. Het museum streeft naar een gediversifieerde inkomstenstroom om de structurele afhankelijkheid van subsidies te verkleinen. Daarnaast zal een kleinschalige horecavoorziening en museumwinkel in de nieuwe ontvangstruimte inkomsten kunnen genereren.

Publieke financiering

Het museum ontvangt op dit moment geen structurele subsidies van overheidsinstanties. Verkend zal moeten worden of hier mogelijkheden voor zijn, naast het uitgangspunt dat de exploitatie zoveel mogelijk uit andere vormen van inkomsten wordt georganiseerd. Voor incidentele middelen kan het museum in ieder geval gebruik maken van subsidies. Mogelijke partners hierin zijn het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, de Provincie Zuid-Holland (Erfgoedlijn) en de Gemeente Noordwijk.

Private financiering

Naast overheidssteun kan het museum inzetten op het aantrekken van private fondsen, waaronder sponsors, giften van particulieren en bijdragen van stichtingen en bedrijven. Sponsorpakketten zijn nu al beschikbaar met een focus op wederzijdse waarde, zoals zichtbaarheid in communicatie-uitingen en partnerschappen. Met een meer nationaal karakter kunnen mogelijk ook regionale of landelijke sponsors aan het museum worden verbonden.

Fondsenwerving

Voor de realisatie van het Nationaal Museum Atlantikwall kan ondersteuning worden gezocht bij fondsen gericht op cultuur, vrijheid en democratie zoals bijvoorbeeld het Cultuurfonds, Fonds 1818 of het vFonds.

Geschutsbunker in zee bij de Groene Punt van Voorne

Transparantie en verantwoording

Het is wenselijk dat er voldoende transparantie en verantwoording is over het financieel beleid. Nu al presenteert het museum jaarlijks een financieel jaarverslag waarin de inkomsten en uitgaven worden toegelicht. Dit rapport is openbaar toegankelijk en biedt transparantie aan stakeholders en partners.

6.4 MARKETING

De marketingstrategie van het Nationaal Museum Atlantikwall zal gericht zijn op het vergroten van de bekendheid, het aantrekken van diverse doelgroepen en het versterken van de relatie met bestaande bezoekers. Marketing speelt een sleutelrol in het bereiken van zowel lokale als (inter)nationale bezoekers en het creëren van een sterk merk. Met een strategische inzet van deze partners en kanalen kan het museum zijn zichtbaarheid vergroten en een bredere groep potentiële bezoekers aanspreken, zonder dat dit leidt tot grote investeringen in traditionele marketing.

Doelgroepenbenadering

Het museum richt zich op een breed spectrum aan doelgroepen, waaronder inwoners, (internationale) toeristen en onderwijs. Om focus aan te brengen in de publieksuitingen, is het advies om te focussen op drie primaire leefstijlen: de inzichtzoeker, de verbindingszoeker en de avontuurzoeker. Dit zal vanzelf ook andere doelgroepen aanspreken, maar de keuze voor doelgroepen draagt bij aan een duidelijker profiel en een scherpe keuze in kanalen en boodschappen.

Branding & Contentcreatie

Met de realisatie van het nieuwe museum zal parallel een traject van branding moeten worden doorlopen. Hierbij wordt een nieuw beeldmerk en huisstijl ontwikkeld die passend is bij de vernieuwde en landelijke uitstraling van het museum. Het is essentieel voor de marketing om gebruik te kunnen maken van goede foto’s en video’s. Bij de oplevering van de nieuwe inrichting is nieuw professioneel beeldmateriaal een must, dat kan worden gebruikt in uiteenlopende kanalen.

Online aanwezigheid

De museumwebsite is het centrale platform voor het delen van diverse soorten informatie. Een nieuwe website zal meertalig zijn (Nederlands, Engels en Duits). De website biedt bezoekers informatie over het museum, tentoonstellingen en activiteiten.

Daarnaast kan er actief gebruik worden gemaakt van social media kanalen, waarbij het museum kan focussen op Facebook, Instagram, TikTok en YouTube. De kanalen hebben als doel om de doelgroepen te bereiken en betrokkenheid te vergroten. Zo biedt Facebook ook ruimte voor communityvorming, wat vooral de verbindings- en inzichtzoeker zal aanspreken. Instagram leent zich voor het delen van inspirerende beelden, korte video’s en verhalen die de kernboodschap van het museum ondersteunen. Dit zal vooral gericht zijn op de verbindings- en avontuurzoeker. TikTok biedt korte en speelse content, gericht op de avontuurzoeker.

Tot slot kan een nieuwsbrief worden opgezet, met als doel om deze een aantal keer per jaar te versturen. Hiervoor kunnen e-mailadressen van bezoekers worden verzameld met als doel om de bezoeker te interesseren voor herhaalbezoek met nieuwe tentoonstellingen, evenementen of om ze via tips te inspireren andere locaties langs de Atlantikwall te bezoeken.

Samenwerking met partners

Het Nationaal Museum Atlantikwall kan de zichtbaarheid en bereik vergroten door gebruik te maken van de communicatiekanalen van strategische partners. Dit omvat samenwerkingen met andere musea, educatieve instellingen, toeristische platforms en media, waardoor het museum zichzelf kan positioneren binnen bestaande netwerken met bescheiden budgetten voor marketing.

<u>Musea en erfgoedlocaties</u>

Door samen te werken met andere musea en erfgoedlocaties kunnen beide partijen profiteren van elkaars bestaande achterban. Cross-promotie via gezamenlijke tentoonstellingen, deelname aan nationale erfgoedplatforms, aansluiting bij Museumkaart.nl of de VIP-kaart van de Vriendenloterij of vermelding in nieuwsbrieven en op sociale media kan het museum op de kaart zetten bij een breed publiek. Een nauwe samenwerking met Museum Engelandvaarders en Vliegveld Valkenburg (zowel het bezoekerscentrum als de musical Soldaat van Oranje) lijkt voor de hand liggend. Dit geldt ook voor aansluiting bij communicatie via de Erfgoedlijn Atlantikwall en Forten Nederland.

Educatieve Instellingen
Samenwerkingen met scholen bieden een ideale manier om jongeren te bereiken. Gastlessen, speciale educatieve programma's en het aanbieden van de locatie als excursieplek kan het museum onder de aandacht brengen bij docenten en studenten. Educatieve partnerschappen maken promotie via schoolkanalen mogelijk, terwijl het museum zich tegelijkertijd positioneert als waardevolle educatieve partner.

Toeristische Platforms
Destinatie Marketing Organisaties kunnen het museum opnemen in hun communicatiestrategieën en toeristische agenda's. Toeristische brochures en platforms zoals Noordwijk.info en VisitHolland.com kunnen worden ingezet om het museum te promoten bij zowel lokale als internationale bezoekers.

Media en Pers
Publiciteit via kranten, tijdschriften en culturele platforms is een kostenefficiënte manier om een groot publiek te bereiken. Persberichten, interviews en artikelen helpen om de naamsbekendheid van het museum te vergroten. Relaties opbouwen met cultuurjournalisten en bloggers zorgt voor doorlopende media-aandacht.

Online gemeenschappen en fans
Het museum kan zich ook onder de aandacht brengen op online gemeenschappen die zich bezighouden met de Tweede Wereldoorlog. Door fans van het thema Atlantikwall bepaalde primeurs te geven of te faciliteren met een museumbezoek, kunnen zij ondersteunen in het ontwikkelen van waardevolle content en het delen hiervan.

6.5 KENNISCENTRUM

Een vraag is of het museum ook een expertise- en kenniscentrum zou moeten zijn. Het advies is om het museum vooralsnog niet te positioneren als het centrale kenniscentrum voor onderzoek en documentatie over de Atlantikwall in Nederland. Er zijn op dit moment verschillende partijen die hierin een rol claimen of vervullen en dit vraagt op nationaal niveau een bredere afstemming en afspraken over de rol- en taakverdeling. Mogelijk dat de RCE hier een coördinerende rol in kan vervullen. Er zit momenteel ontzettend veel kennis bij lokale bunkermusea, het zou goed zijn om deze op termijn bij elkaar te brengen.

Een nationaal kenniscentrum is een ambitieniveau dat wederom een andere schaalsprong in organisatie zal vragen. Het is aan te raden om eerst de landelijke gesprekken hierover af te wachten en bij de uitkomst hiervan aan te sluiten. Het Nationaal Museum Atlantikwall kan uiteraard wel een rol vervullen door partijen met elkaar te verbinden en verhalen waar relevant bij elkaar te brengen in de Atlantikwall tentoonstelling. Ook zou mogelijk kunnen worden voorzien in een studieruimte. Waar nodig kan het museum bijdragen met eigen kennis en expertise aan andere initiatieven.



Atlantikwall-Museum Hoek van Holland

6.6 SAMENWERKING

Het Nationaal Museum Atlantikwall kan niet zonder samenwerking met andere musea, erfgoedlocaties en culturele instellingen om de herinnering aan de Atlantikwall en de impact van de Tweede Wereldoorlog op de regio te versterken. Samenwerken biedt niet alleen kansen voor het delen van kennis en middelen, maar creëert ook een krachtiger netwerk dat bezoekers een samenhangende en diepgaande ervaring biedt. Het Nationaal Museum Atlantikwall kan daarbij als gelijkwaardige partner in het netwerk fungeren.

Samenwerking met andere Atlantikwall-musea

De Atlantikwall strekt zich uit over meerdere landen en vormt een van de grootste militaire bouwwerken uit de moderne Europese geschiedenis. Het Nationaal Museum Atlantikwall werkt samen met andere Atlantikwall-musea, zowel nationaal als internationaal, om het verhaal van deze verdedigingslinie in al zijn complexiteit te belichten. Gezamenlijke tentoonstellingen, kennisuitwisseling en promotieactiviteiten kunnen hier onderdeel van zijn.

Door wederzijds naar elkaar te verwijzen, kunnen de musea elkaar onderling versterken. Zo kan vanuit Noordwijk het totale Atlantikwall verhaal worden verteld en van hieruit bezoekers actief doorverwijzen naar andere Atlantikwall-musea. Aan de hand van de verhalen verwijzen we in de tentoonstelling naar locaties waar meer verdieping te vinden is op een specifiek onderwerp. Die verwijzing kan uiteraard ook andersom. Het zou goed zijn als de Atlantikwall-musea onderling met elkaar afstemmen hoe de partijen elkaar optimaal kunnen aanvullen en naar welke musea verwezen kan worden voor specifieke thema’s.

Samenwerking binnen de Erfgoedlijn Atlantikwall

De Erfgoedlijn Atlantikwall is een initiatief van de Provincie Zuid-Holland dat zich richt op het behoud, de ontsluiting en de beleving van de Atlantikwall als erfgoed. Als onderdeel van deze erfgoedlijn werkt het Nationaal Museum Atlantikwall samen met diverse partners om de verschillende verhalen en locaties langs de kust te verbinden. De Erfgoedlijn biedt kansen voor gezamenlijke projecten en communicatie. Door deze samenwerking kunnen bezoekers op een toegankelijke manier kennismaken met de verschillende locaties en hun onderlinge samenhang.

Samenwerking met lokale partners

De locatie van het Nationaal Museum Atlantikwall, in de buurt van andere culturele en toeristische trekpleisters, biedt een unieke gelegenheid om bezoekers verschillende perspectieven op de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog en de Atlantikwall te laten ervaren. Zo liggen het Museum Engelandvaarders, het Bezoekerscentrum Vliegveld Valkenburg en de musical Soldaat van Oranje allemaal binnen een klein geografisch gebied. Door een hechte samenwerking met deze instellingen kan het museum een veelzijdig programma aanbieden dat de verschillende facetten van de bezettingstijd en het verzet belicht.

Gezamenlijke ticketverkoop, gecombineerde arrangementen en promotiecampagnes zouden hierbij tot de mogelijkheden kunnen behoren, waarbij de verschillende verhalen elkaar aanvullen. Onder lokale partners vallen ook partijen zoals Noordwijk Marketing, die een belangrijke rol speelt in de promotie van de Duin- en Bollenstreek. Tot slot zou mogelijk ook een samenwerking met De Baak (het trainingsinstituut voor ontwikkeling en leiderschap) kansrijk kunnen zijn, waarbij het museum een functie heeft als trainingslocatie.

Samenwerking met overige partners

Tot slot zijn er nog diverse andere partners waarmee samenwerking relevant is. Daarbij valt te denken aan experts en auteurs over de Atlantikwall die het museum ook in de afgelopen jaren goed hebben geholpen. Maar ook aan de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed, NBTC, Hoogheemraadschap van Rijnland, gemeente etc.

6.7 STAPSGEWIJZE GROEI

Dit masterplan schetst een ambitieuze toekomstvisie voor het Nationaal Museum Atlantikwall. Maar een succesvolle realisatie vraagt om een gefaseerde aanpak. De transitie naar een nationaal museum zal in verschillende fasen tot stand komen, waarbij elke fase realistisch, haalbaar en betaalbaar moet zijn. Deze fasering is wenselijk om:

- De haalbaarheid te waarborgen door concrete en behapbare stappen te zetten.
- Kwaliteit en authenticiteit van het museum te bewaken, waarbij een optimale balans gevonden kan worden tussen modernisering enerzijds en bewaking van de authenticiteit anderzijds.
- Flexibel in te kunnen spelen op kansen en ontwikkelingen zoals financiering, samenwerkingen en groeiende bezoekersstromen.
- Organisatorische en financiële draagkracht op te bouwen met een solide basis voor een duurzame toekomst.
- Bezoekersstromen en doelgroepen geleidelijk uit te breiden. Dit voorkomt dat het museum direct te groot inzet en vervolgens te maken krijgt met onrealistische verwachtingen of onderbenutte capaciteit.
- Elke stap te toetsen aan ruimtelijke ordening, natuurwetgeving en erfgoedregels en hierover in overleg te treden met relevante partijen. Op deze manier kunnen vertragingen of juridische bezwaren worden voorkomen.
- Ruimte te bieden voor evaluatie en bijsturing waar wenselijk.

De uitwerking van deze fasering vraagt om een dynamische planning, waarbij verschillende groeistappen in samenhang of parallel aan elkaar worden gerealiseerd. Er zijn hierbij verschillende groeifasen denkbaar zoals:

- Optimaliseren van de infrastructuur (toegangsroute, herstellen van bunkers aan de noordgang etc.)
- Realiseren van een nieuw entreegebouw
- Versterken van de organisatie
- Ontwerpen en realiseren van een indrukwekkende nationale presentatie
- Verrijken van nieuwe en bestaande museale inhoud
- Versterken van samenwerkingen
- Optimaliseren van de toegankelijkheid
- Vergroten van zichtbaarheid
- Etc.

Met deze stapsgewijze aanpak wordt het fundament gelegd voor een toekomstbestendig en nationaal toonaangevend museum. Een plek waar bezoekers niet alleen de Atlantikwall kunnen zien en ervaren, maar waar ook de verhalen, impact en lessen van dit unieke erfgoed blijvend worden doorgegeven aan volgende generaties. Door samen te werken, te innoveren en te groeien, kan het Nationaal Museum Atlantikwall uitgroeien tot een iconisch en verbindend museum dat de geschiedenis van dit erfgoed tastbaar en relevant houdt – nu en in de toekomst.



Cocondo bunker overnachting Hoek van Holland

Bijlage: Bronnen

LITERATUUR

- Abrahamse, J.E., M Kosian & J. Rijpsma (2024), *Atlas van de Atlantikwall in Nederland, het Duitse verdedigingssysteem in de Tweede Wereldoorlog*.
- Atlantikwall. *Bunkerlocaties*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024 op https://www.bezoekatlantikwall.nl.
- Abe Veenstra Landschapsarchitect (2023). *Koersdocument Erfgoedlijn Atlantikwall 2030*.
- Bär, E. & S. Boshouwers (2018). *Worlds of Wonder. Experience Design for Curious People*.
- Berkel, M.L.F. van (2018). *Wat weten Nederlandse jongeren over de Tweede Wereldoorlog? Een onderzoek naar kennis, kennisbronnen en attitudes van Nederlandse scholieren in het voortgezet onderwijs en het middelbaar beroepsonderwijs*.
- Beveren, A. van & J. Rijpsma (2022). *Atlantikwall in kaart. Bunkers en bezetting in Zuid-Holland*.
- CBS (2024). *Ouderen*. https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/leeftijd/ouderen.
- Duitsland Instituut. *Duitse musea bieden meer context over de oorlog*. https://duitslandinstituut.nl/artikel/11588/duitse-musea-bieden-meer-context-over-de-oorlog.
- Forty, G., L Marriott & S. Forty (2024). *Hitlers Atlantikwall. Van Zuid-Frankrijk tot Noord-Noorwegen, verleden en heden*.
- Landelijke Data Alliantie (2023). *Nederlands Vrijetijds Onderzoek 2022/2023 (NVTO)*.
- MarketResponse. *Leefstijlvinder Vakantie en Vrije Tijd,* https://www.leefstijlvinder.nl.
- Museumvereniging. *Kerncijfers 2023,* http://www.museumvereniging.nl.
- NBTC (2024). *Key Insights. Inzichten in vakantiegedrag en zakelijke reizen. Bezoekers uit Duitsland*.
- NBTC & CELTH (2025). *Forecast 2035. Verwachting van het verblijfstoerisme in Nederland*.
- Pine, B.J., J.H. Gilmore (2012). *De beleveniseconomie*. Den Haag, 2e herziene editie.
- Platform WO2 (2019). *WO2 Onderzoek uitgelicht. Oorlogstoerisme. https://www.tweedewereldoorlog.nl/onderzoekuitgelicht/oorlogstoerisme/*
- Provincie Zuid-Holland (2023). *Bewuste bestemmingen. Kadernotitie Toerisme*. Den Haag.
- Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (2024). *Visie Atlantikwall. Een Duitse kustverdediging van alle kanten bekeken*.
- Somers, E.L.M. (2014). *De oorlog in het museum: Herinnering en verbeelding*.
- Stichting Landelijk Contact van Museumconsulenten & Museumvereniging. *Museumnorm 2020*.

FOTOGRAFIE

- Beeldbank Provincie Zuid-Holland (Gerhard van Roon, Fred Libochant, Rene Castelijn)
- Beeldbank bezoekatlantikwall.nl (Arthur van Beveren, Jeroen Rijpsma, Jorn Baars)
- BNA Photographic / Alamy Stock Photo
- Shutterstock (Edu Snacker, Jacqueline van Kerkhof, Korea by Bike, Leka Sergeeva, olrat, RMPPhotography, Rudolf_Prchlik)

GESPREKSPARTNERS

- André van der Niet & Victor Salman (Atlantikwall Museum Noordwijk)
- Audrey Satoer & Charlotte Wentges (Atlantikwall Centrum Huisduinen / Stichting Erfgoed Den Helder)
- Bas van Toledo (Provincie Zuid-Holland)
- Edwin Raap (Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed)
- Henk van Ruiven (Stichting Fort aan den Hoek van Holland)
- Jeroen Rijpsma (auteur en historisch onderzoeker)
- Juke van Niekerk (Stichting Forten Nederland)
- Marjolein van der Jagt (Van der Jagt PR)
- Nick Warmerdam (Erfgoedhuis Zuid-Holland)
- Paul Bartelings & Fieke Kriekhaar (Museum Engelandvaarders)
- Peter Pronk (Atlantikwall Museum Den Haag)
- Raphael Smid (o.a. Stichting Menno van Coehoorn)
- Ruurd Kok (archeoloog en journalist)

DestinatieX

Hoofdlandseweg 12 - 3253 XS Ouddorp
06-46635646 - info@destinatiex.nl
www.destinatiex.nl