



Ontdek...

...hoe Terschelling
onderdeel werd van de
Duitse luchtoorlog.

Visieplan

Dit document hebben wij opgedeeld in vier hoofdstukken. **Hoofdstukken 1. en 2.** gaan over vraag en antwoord: de ontwerp vraag die het Bunker Museum heeft gesteld en het antwoord daarop van Hofmeijer Dekker Ontwerpers, in de vorm van een conceptontwerp. **Hoofdstuk 3.** bestaat uit de onderbouwing van dit ontwerp. Tevens is de onderbouwing een goede basis voor een eventueel beleidsplan. **Hoofdstuk 4.** is het 'toetje': een voorzet voor hoe de verdere ontwikkeling van het museum eruit zou kunnen zien.

1. Vraag

02 - 04 **Ontwerp vraag en dromen.**

2. Conceptontwerp

05 - 25 **Bouw je droommuseum.**

3. Onderbouwing

26 - 46 **Analyse van de stichting.**

4. Toetje

47 - 55 **Een blik op de toekomst.**

1. Vraag

- 03 Vraag
- 04 Dromen

2. Concept ontwerp

- 07 Doelgroepen
- 09 Toekomst
- 11 De basis
- 13 Inspiratie
- 15 Concept
- 17 Concept kantine
- 19 Communicatie
- 20 Communicatie over Tiger stelling
- 21 Rondleidingen
- 23 Focus
- 24 Route doelgroep

3. Onderbouwing

- 27 Focus
- 30 Bedrijfsvoering
- 36 Collectie
- 44 Publiek

4. Toetje

- 49 Toekomstbeeld
- 51 Naamswijziging
- 52 Website
- 55 Colofon

Zodra de eerste bunker werd opgegraven, nam Stichting Bunkerbehoud de verantwoordelijkheid voor de borging van dit oorlogserfgoed.

Neem de bezoeker mee in het verhaal van hoe Terschelling onderdeel werd van de Duitse luchtoorlog.

/ de Vraag /

Het bestuur van het Bunkermuseum op Terschelling heeft Hofmeijer Dekker Ontwerpers (HDO) benaderd met een concrete vraag: realiseer een herinrichting van de begane grond van het bezoekerscentrum. Het bestuur wil onderzoek laten doen naar de collectie, een expositieplan laten uitwerken en deze realiseren. In een verkennend gesprek kwamen er meer vragen naar boven. Het publieksbereik is optimaal en de stichting is financieel gezond. Het museum heeft een unieke collectie en een bijzonder verhaal. Veel vrijwilligers voelen zich verbonden met het erfgoed. Maar wat is de volgende stap? Het museum staat op een tweesprong: blijft het een erfgoedstichting voor en door vrijwilligers of wil het zich ontwikkelen tot een erkend museum? Zonder het verzoek van een herinrichting uit het oog te verliezen, is er gestart met een analyse van de huidige situatie en de uitwerking van de consequenties van de droomsenario's.



Tijdens onze tweede werksessie waren jullie, het bestuur en kernleden, duidelijk over jullie dromen:

“Wij willen over 10 jaar nog bestaan en het verhaal van de Tiger stelling vertellen.”

Internationale erkenning

Uitdagend voor bezoekers

WOW factor

Interactieve informatie

Professioneel georganiseerd

Duurzaam overleven

Minder rondleidingen, meer zelfstandig rondlopen

Vrijwilligers en gemeenschap nog steeds een belangrijke rol

Educatie voorzieningen

Terschellinger oorlog ‘hub’

Dit document hebben wij opgedeeld in vier hoofdstukken. **Hoofdstukken 1. en 2.** gaan over vraag en antwoord: de ontwerpvrage die het Bunker Museum heeft gesteld en het antwoord daarop van Hofmeijer Dekker Ontwerpers, in de vorm van een conceptontwerp. **Hoofdstuk 3.** bestaat uit de onderbouwing van dit ontwerp. Tevens is de onderbouwing een goede basis voor een eventueel beleidsplan. **Hoofdstuk 4.** is het 'toetje': een voorzet voor hoe de verdere ontwikkeling van het museum eruit zou kunnen zien.

1. Vraag

02 - 04 **Ontwerpvrage en dromen.**

2. Conceptontwerp

05 - 25 **Bouw je droommuseum.**

3. Onderbouwing

26 - 46 **Analyse van de stichting.**

4. Toetje

47 - 55 **Een blik op de toekomst.**

1. Vraag

- 03 Vraag
- 04 Dromen

2. Conceptontwerp

- 07 Doelgroepen
- 09 Toekomst
- 11 De basis
- 13 Inspiratie
- 15 Concept
- 17 Concept kantine
- 19 Communicatie
- 20 Communicatie over Tiger stelling
- 21 Rondleidingen
- 23 Focus
- 24 Route doelgroep

3. Onderbouwing

- 27 Focus
- 30 Bedrijfsvoering
- 36 Collectie
- 44 Publiek

4. Toetje

- 49 Toekomstbeeld
- 51 Naamswijziging
- 52 Website
- 55 Colofon

/ Doelgroepen /

Voordat je gaat vormgeven is het belangrijk te weten wie je doelgroep is.

Tijdens onze werksessies zijn wij tot de volgende doelgroepen gekomen.

	Gezin	WO2 geïnteresseerde		Scholen
		Techneuten	Grijs op reis	
				
Samenstelling	Vader, moeder, 2 kinderen	Mannen	Echtparen	Basisonderwijs Groep 4 t/m 8
Leeftijd	Kinderen 6-14 jaar	30 - 50 jaar	60+	Voortgezet onderwijs 1e t/m 3e klas
Motivatie	Iets anders dan strand, komen met minder weer, educatie	Kleine groep maar fanatiek, willen persoonlijk contact	Komen voor herhaalbezoek, geven voorkeur aan rondleiding	Educatieve invulling schoolkampen
Bezoeksduur	1 uur	3 uur	2 uur	-
Invulling	Speurtocht, zelfstandig	Willen alles zien	Willen alles zien	Intro, speurtocht
Regio	Noord Nederland, Duitsland	Nederland, Duitsland	Nederland, Duitsland	Noord Nederland
Periode	Schoolvakanties	Het hele jaar	Voor- en najaar	Het hele jaar
Consumpties	Souvenir	Nee	Nemen consumptie	Nee
Planning	Beslissen een bezoek spontaan	Leggen online contact, geen ticket	Boeken via VVV	Boeken telefonisch vooraf
Bijzonderheden		Donaties / ambassadeurs		Lespakket Wadden in Oorlog
Inhoud	Historie, verhaal, educatie	Techniek	Historie, verhaal	Educatief
Kansen		Investeer meer in deze doelgroep.		Vergroot deze doelgroep door je meer op het voortgezet -en middelbaar onderwijs te richten.



Veteranen



Veteranen, relaties & nabestaanden

Er liggen kansen bij deze doelgroep



Talen

Nederlands, Engels & Duits

/ Toekomst /

Ontwikkel stap voor stap de organisatie die je wilt worden: een vrijwilligersorganisatie of geregistreerd museum. De dromen die jullie hebben uitgesproken hebben wij inzichtelijk gemaakt in een stappenplan. Wij noemen dit droomscenario's, opgedeeld in vier fasen. Zie het als doorgroeien tot het museum dat bij jullie past.

Wij zien kansen om in de eerste fase toe te werken naar 5 mei 2025, de viering van de 80-jarige bevrijding.

Zie fase 1 als een stevig fundament en de vervolgfases als modules die je kunt toevoegen, +2, +3, +4. Wees daarbij niet bang om te 'falen'. Past een stap (toch) niet bij jullie, leer daar dan van en kies een andere richting.

Wat	Waarom	Planning
Fase 1	Huidige organisatie bestendigen	2023 - 5 mei 2025 - 80 jaar bevrijd ●
Fase 2	Terrein aanpakken / werkwijze uitproberen	2025 -2028
Fase 3	Positioneren museum en kennisinstelling	2029 - 2032
Fase 4	Internationale erkenning WO2 museum	2033

/ Toekomst /

Fase 1 van de 'droomscenario's' hebben wij uitgewerkt in dit conceptontwerp. Als 'toetje' geven wij een voorzet voor hoe de vervolg fases eruit zouden kunnen zien.

Fase 1

Wat

Ophalen verhalen WO2 getuigen, onderdeel werkgroep collectie
Werkgroep collectie (incl. immaterieel erfgoed en toetsingscommissie) opzetten
Vrijwilligersonderzoek
Doelgroepenonderzoek
Beleidsplan 2023 - 2028 ontwikkelen
Collectieplan 2023 - 2028 ontwikkelen
Huisstijl ontwikkelen
Start jaarlijkse evaluatie financieel en inhoudelijk
Start plenaire vergaderingen
Herinrichting bezoekerscentrum (plan)
Herinrichting bezoekerscentrum (financiering rondkrijgen)
Herinrichting bezoekerscentrum (uitvoering)
Gemeenschapsbunker in gebruik (wisselexpo's van vrijwilligers/ scholen/ enz)
Bewegwijzering terrein
Nieuwe rondleidingen ontwikkelen
Opening museum

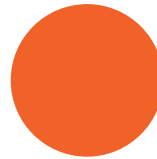
Waarom

URGENT: laatste generatie getuigen WO2
Verantwoordelijkheid voor erfgoed nemen
Inzicht in motivatie en behoeftes
Inzicht in behoeftes
Richting bepalen en leiderschap tonen; aansluiten bestuurscyclus
Richting bepalen en verantwoordelijkheid nemen; aansluiten bestuurscyclus
Eenduidige uitstraling
Reflectie en leiderschap
Bestendigen betrokkenheid van alle vrijwilligers

Bestendigen betrokkenheid van vrijwilligers en gemeenschap
Eenduidige uitstraling; publieke functie
Aansluiten behoeftes doelgroep & mogelijkheden organisatie
Succes vieren! 5 mei 2025

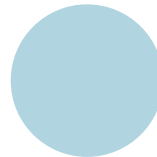
De basis

Vertel het verhaal over de Tiger stelling vanuit drie invalshoeken:



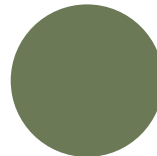
Historisch

Plaats de gebeurtenissen op en rond Terschelling in de **historische** context van WO2 door middel van een tijdlijn met belangrijke data.



Menselijk

Wat voor **impact** had de Duitse bezetting op de bewoners van Terschelling?
Hoe was het **leven** op de Tiger stelling voor de Duitse soldaat?
Hoeveel geallieerden werden **slachtoffer** van de Tigerstelling?



Technisch

Welke **technische innovaties** kenmerkten de Tiger stelling?

/ Inspiratie /

Na de gesprekken en de analyse van de eigenlijke vraag is de opdrachtomschrijving teruggebracht tot een aantal “steekwoorden”. Deze steekwoorden vormen de basis voor zowel het inhoudelijke gedeelte als de vormgeving van de expositie.



Leren

Krijg inzicht in de historische context.



Menselijk

Hoor persoonlijke verhalen vanuit diverse perspectieven.



Ontmoeten

Ontmoet elkaar om verhalen en kennis te delen.



Impact

Ervaar hoeveel impact oorlog heeft op je leven.



Verdiepen

Ga op zoek naar méér,
verdiep je kennis.



Ontdekken

Ontdek de verhalen van de Tiger stelling
op een interactieve manier.



Technisch

Ervaar de techniek van WO2 van
dichtbij.



/ Concept /

Verbind de drie pijlers, historisch, menselijk en technisch met elkaar en leg een stevige basis in het bezoekerscentrum, **de Kantine**.

De luchtoorlog in cijfers.



Door de inhoud op te delen in twee secties, **de Kantine** en **het Terrein**, kan elke doelgroep zijn eigen route volgen.

de Kantine

1.

Context en plaatsbepaling

De basis van waaruit alles vertrekt

< bezoektijd ongeveer een half uur >

het Terrein

2.

Verdieping en ontdekken

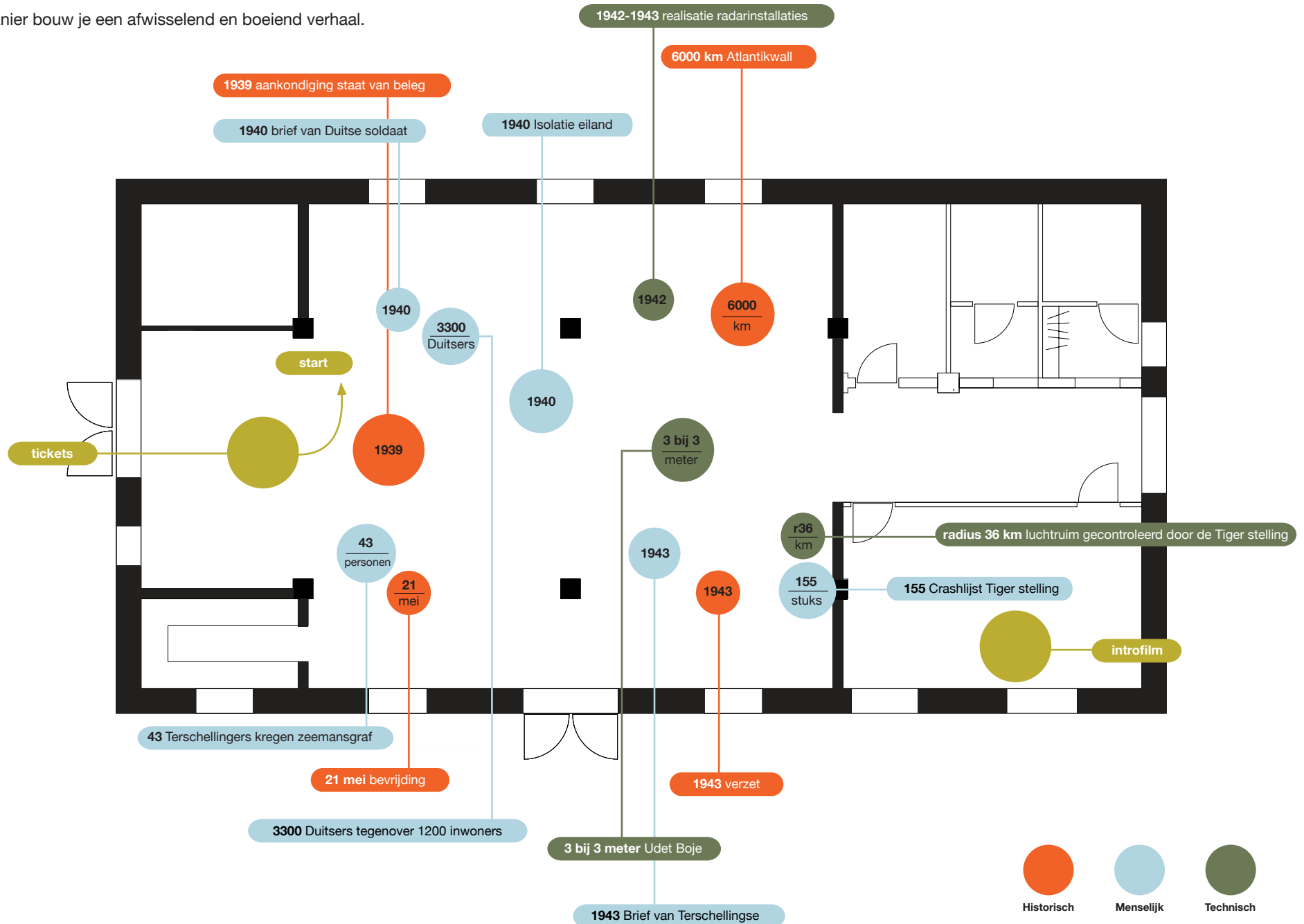
Bezoekers volgen hun eigen weg, gebaseerd op hun interesses.

< bezoektijd 1 tot 2 uur >

/ Concept de Kantine /

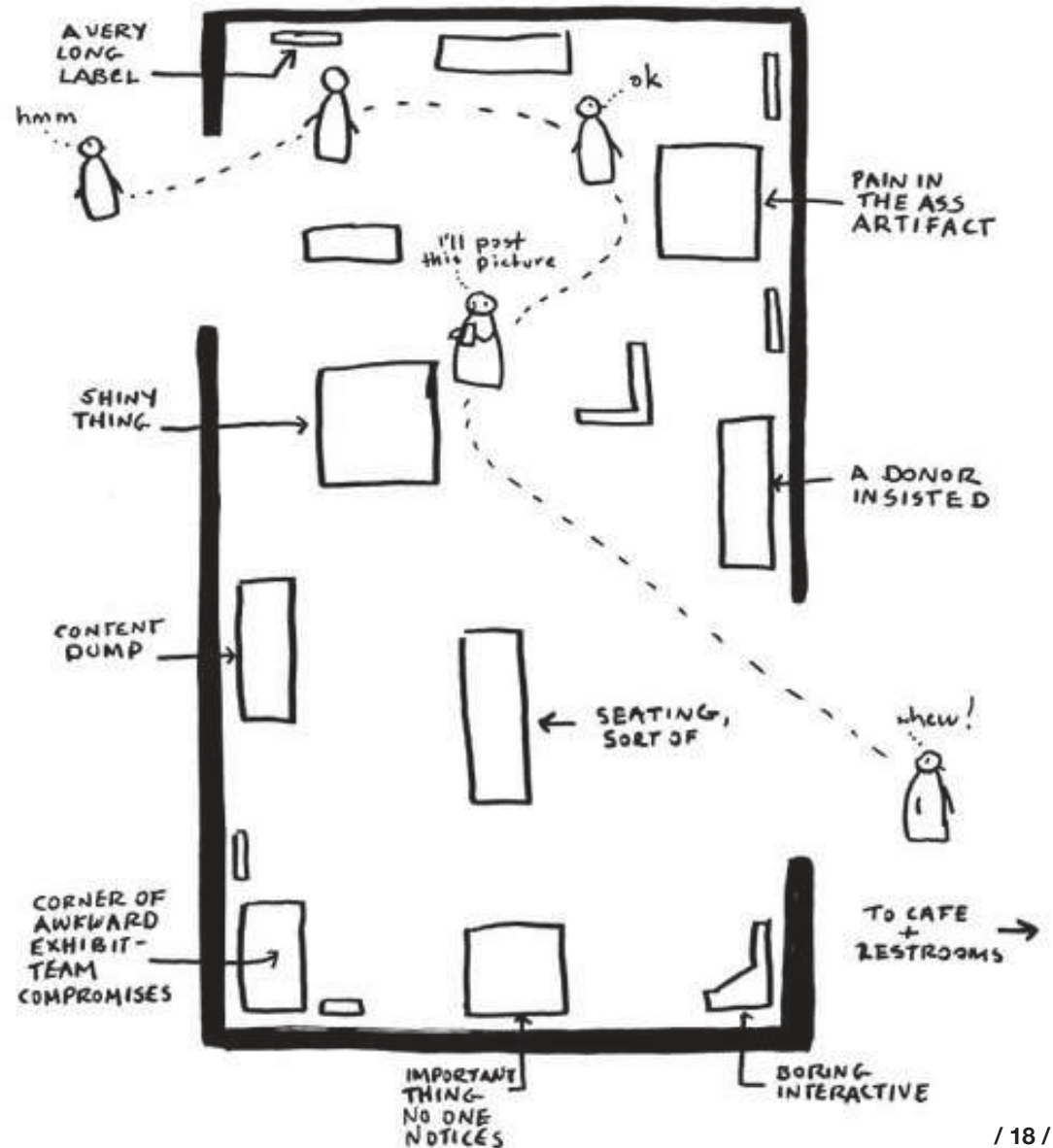
Gebruik de cijfers als vertrekpunt. "De luchtoorlog in cijfers".

Op deze manier bouw je een afwisselend en boeiend verhaal.



WHOEVER THEY ARE, VISITORS DO WHATEVER THEY WANT IN EXHIBITS. YOU HAVE TO EARN THEIR ATTENTION. SADLY, A LOT OF EXHIBITS AREN'T TRYING TO ENGAGE VISITORS MUCH AT ALL, UNLESS THEY'RE ENTHUSIASTS.

A TYPICAL EXHIBIT EXPERIENCE



/ Communicatie /

Om de herinrichting van **de Kantine** kans van slagen te geven is de communicatie een belangrijk ontwikkelpunt.

Geef vrijwilligers de ruimte om tijdelijke tentoonstellingen te organiseren. Daarmee toon je waardering voor hun ideeën en houd je ze betrokken. Wisselexposities leveren bovendien een dynamisch museum op waar voor bezoekers steeds iets nieuws te ontdekken valt.



/ Communicatie over Tiger stelling /

De informatie die wordt gecommuniceerd over de positie van de Tiger stelling binnen de Duitse verdedigingslinie is niet samenhangend. Zo is de website van het Bunker Museum onduidelijk. Er wordt gesuggereerd dat de Tiger géén deel uitmaakte van de Atlantikwall: <https://bunkersterschelling.nl/bunkerstellingen/>. Echter, bij de beschrijving van de Bertha Bunker (deel van de Tiger stelling) wordt gemeld dat deze bunker tot een van de standaard ontwerpen van het Atlantikwall-programma ging behoren. (Ook de website <https://www.atlantikwall-wadden.nl/nl/bezoek/terschelling/terschelling-in-de-oorlogsjaren> zegt dat de Tiger stelling deel uitmaakte van de Atlantikwall.)

advies

- zorg voor een correcte en heldere communicatie
- laat informatie die je deelt via verschillende kanalen (het terrein, tentoonstellingen, gedrukte media en online) een samenhangend geheel vormen

Helder Eenduidig Overzichtelijk



/ Rondleidingen /

Jaarlijks boeken veel bezoekers een rondleiding. Deze rondleidingen zijn populair, mede omdat je bunkers bezoekt die niet zelfstandig te bekijken zijn.

De betrokkenheid van de vrijwilligers wordt ook hier weer duidelijk, want ze brengen hun enthousiasme over op de bezoeker. Het persoonlijke contact tussen vrijwilligers en bezoekers is medebepalend voor het succes van het Bunker Museum.

Informatie kan op verschillende manieren gedeeld worden met de bezoekers. Kijk hierin vooral ook naar de verschillende doelgroepen waarop je gaat focussen. Naast de doelgroepen moet je ook naar de opbouw van je gehele museum kijken: wat bied je waar aan?

De rondleidingen duren 2 uur. Dat is erg lang, zowel voor de bezoekers als voor de rondleiders. Mede vanwege de duur is het moeilijk de roosters van laatstgenoemden rond te krijgen.

Kijk goed naar je doelgroep en naar wat je aanbiedt. Wat verlangt een doelgroep en wanneer bezoekt deze doelgroep het Bunker Museum?



/ Rondleidingen /

Je kunt de rondleidingen als volgt vormgeven:

De oorlog van de techniek

Laat je twee uur lang rondleiden door de technisch experts van het Bunker Museum. Vraag ze het hemd van het lijf! Ontdek de unieke collectie, alleen toegankelijk via deze excursie.

Deze rondleiding is echt bedoeld voor de technische WO2 liefhebbers.

Als rondleider duik je samen met hen in de details en de techniek.

< duur 2 uur / 1x per maand op zaterdag >

Buttons voor de vrijwilligers met:

Technisch expert

Bunker route

In 45 minuten krijg je alle ins en outs van de luchtoorlog en het leven in en om de bunkers te horen.

Deze rondleiding is voor de algemeen geïnteresseerden. Bijvoorbeeld de “grijze golf” of middelbare school-klassen. Je biedt ze een gedegen en compleet verhaal.

< 45 min. / donderdag, zondag >

Men komt een midweek of weekend. Pas daar je programmering op aan.

Junior Bunkertocht

Voor basisschoolkinderen vanaf groep 4 is er een spannende Bunkertocht samengesteld. Ontdek de handige snuffjes van de bunkers, de kleine ruimtes waar de Duitsers verbleven.

Deze rondleiding voor basisschoolkinderen zit vol technische weetjes. Je geeft ze een basiskennis over WO2 mee en over het leven op en rond de bunkers. Zorg voor veel interactie met de kinderen.

< 45 min. / zaterdag en woensdag middag in schoolvakanties >

Luistertour

QR-code met verhalen, dit biedt meer zelfstandigheid en vrijheid.

Luistertour is dé oplossing om druk op rondleiders te verlichten.

Bied content aan, speciaal toegespitst op je verschillende doelgroepen

Pas daar de complexiteit van je teksten op aan en de tijdsduur van rondleidingen.

Stel alle bunkers open met een QR-code

Leg minder druk op het vullen van de planning van de rondleidingen.
Bied unieke rondleidingen aan, jullie enthousiasme en unieke kennis is jullie kracht!

Bied informatie aan in diverse lagen, zo bedien je iedereen.

Spreek ook de niche doelgroep, de techneuten, aan. Dit maakt je uniek als WO2 museum.

/ De route van de doelgroep /

Door de route van de doelgroep te visualiseren krijg je goed inzicht in zijn behoeften.

de Kantine

1.

Context en plaatsbepaling

De basis van waaruit alles vertrekt

< bezoektijd ongeveer een half uur >

het Terrein

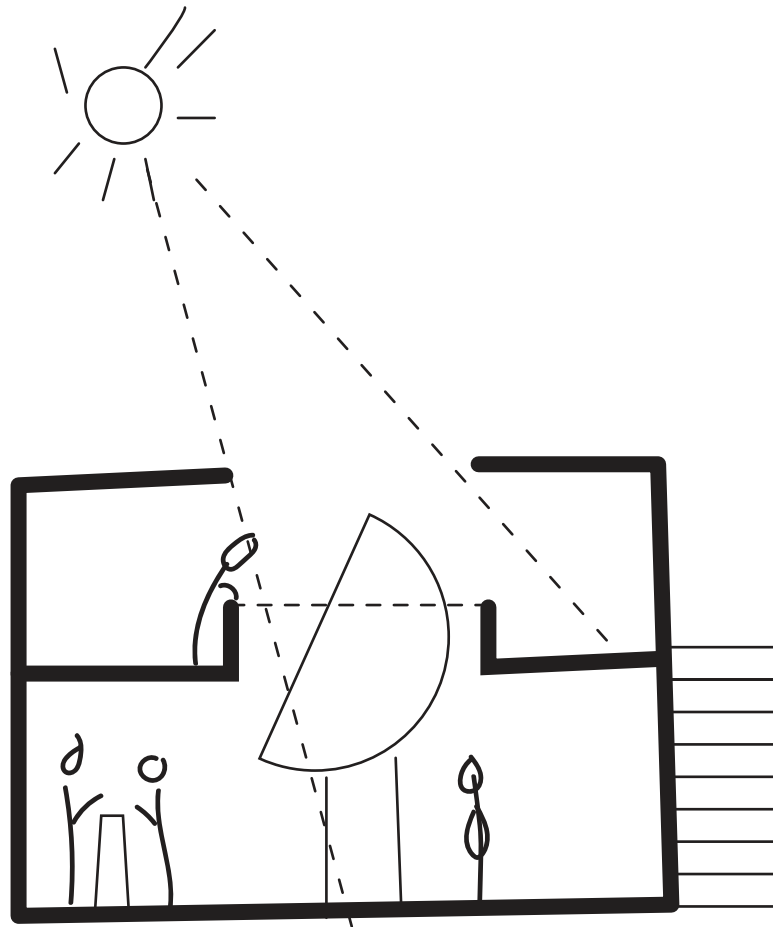
2.

Verdiepen en ontdekken

Bezoekers volgen hun eigen weg, gebaseerd op hun interesses.

< bezoektijd 1 tot 2 uur >





Is een uitbreiding nodig om de doelen te realiseren?

Dit document hebben wij opgedeeld in vier hoofdstukken. **Hoofdstukken 1. en 2.** gaan over vraag en antwoord: de ontwerpvrage die het Bunker Museum heeft gesteld en het antwoord daarop van Hofmeijer Dekker Ontwerpers, in de vorm van een conceptontwerp. **Hoofdstuk 3.** bestaat uit de onderbouwing van dit ontwerp. Tevens is de onderbouwing een goede basis voor een eventueel beleidsplan. **Hoofdstuk 4.** is het 'toetje': een voorzet voor hoe de verdere ontwikkeling van het museum eruit zou kunnen zien.

1. Vraag

02 - 04 **Ontwerpvrage en dromen.**

2. Conceptontwerp

05 - 25 **Bouw je droommuseum.**

3. Onderbouwing

26 - 46 **Analyse van de stichting.**

4. Toetje

47 - 55 **Een blik op de toekomst.**

Focus

- 27 Onderzoeksmethode
- 28 Focus
- 29 SWOT-analyse

Bedrijfsvoering

- 30 Bedrijfsvoering
- 31 Overzicht
- 32 Interne organisatie
 - 32 Vrijwilligers
 - 33 Bestuur
 - 34 Organisatie en relatie tussen bestuur en vrijwilligers
- 35 Externe situatie
 - 35 Achterban: gemeenschap en donateurs
 - 35 Partners
- 35 Financiële situatie

Collectie

- 37 Kerncollectie
- 40 Uitgelicht: twee parels
 - 40 1. De Bertha bunker (materieel)
 - 41 2. Terschelling in oorlogstijd (verhalen; immaterieel)
- 42 Omgang met de collectie
- 43 Collectieplan

Publiek

- 45 Inclusie en toegankelijkheid
- 45 Ethiek
- 46 Educatiebeleid



Onderzoeksmethode

Kijken naar musea: de museumnorm

Om naar het museum als organisatie te kijken, volgen we de museumnorm. Dit kwaliteitskader is door de Museumvereniging (brancheorganisatie van Nederlandse musea) samen met het Landelijk Contact van Museumconsulenten opgesteld. Zij benoemen drie pijlers: bedrijfsvoering, collectie en publiek. De vereniging volgt de internationaal gehanteerde museumdefinitie, geformuleerd door het International Council of Museums: 'Een museum is een permanente instelling, niet gericht op het behalen van winst, toegankelijk voor publiek, die ten dienste staat aan de samenleving en haar ontwikkeling. Een museum verworft, behoudt, onderzoekt, presenteert, documenteert en geeft bekendheid aan de materiële en immateriële getuigenissen van de mens en zijn omgeving, voor doeleinden van studie, educatie en genoegen.' (Ethische Code voor Musea, 2006). Een museum wordt opgenomen in het kwaliteitsregister als het voldoet aan de museumnorm en kan dan de museumkaart voeren.

Uitgangspunten	Pijlers	17 normen
Museumdefinitie Ethische Code en LAMO Governance Code Cultuur Fair Practice Code Code Diversiteit & Inclusie	Bedrijfsvoering	1 Ethische Code voor Musea 2 Not-for-profit beginsel 3 Beleidsplan 4 Financiële verantwoording 5 Goed bestuur 6 Veiligheidszorg 7 Personeels- en vrijwilligersbeleid
	Collectie	8 Collectieplan 9 Verantwoord afstoten 10 Herkomstonderzoek 11 Collectieregistratie en informatieplan 12 Continuïteit in behoud 13 Onderzoek
	Publiek	14 Inclusie & toegankelijkheid 15 Openstelling 16 Presentatiebeleid 17 Educatiebeleid

Bedrijfsvoering

- / 29 / Minimaal 2 keer per jaar een plenaire vergadering.
- / 29 / Stel de werkgroepen opnieuw in en benoem een voorzitter. Plan structurele overlegmomenten met het bestuur.
- / 29 / Neem een vrijwilligersenquête af: vraag waarom vrijwilligers betrokken zijn en wat zij belangrijk vinden.
- / 30 / Maak het bestuur compleet.
- / 30 / Vergroot het museale inzicht van de organisatie: bestuur en medewerkers.
- / 31 / Maak een plan en bespreek dit op de eerste plenaire vergadering, maak iedereen deelgenoot.

Collectie

- / 36 / Het Bunker Museum heeft een unieke collectie in de vorm van de Tiger stelling. Ga die uniciteit veel sterker benadrukken. Dat kan al door de informatievoorziening op het terrein aan te pakken. Zo dat het bezoekers duidelijk(er) wordt dat ze zich op een unieke plek in de wereld bevinden.
- / 38 / Wees inclusief. Maak de Bertha Bunker als 'parel' toegankelijk voor iedereen. Zorg er bijvoorbeeld voor dat mindervaliden en blinden/slechtzienden naar binnen kunnen. En bedien qua informatievoorziening al je doelgroepen: geef de ruimte aan verschillende perspectieven.
- / 39 / Vul kennislacunes zo snel mogelijk op. De eerste generatie getuigen van WO2 is vrijwel verdwenen, maar ook de tweede generatie veroudert snel. Leg verhalen vast nu het nog kan. Verzamel bijvoorbeeld getuigenissen van Terschellingers en Duitsers in de vorm van interviews en brieven.
- / 40 / Werk het collectieregistratiesysteem consequent bij. Wees zo volledig mogelijk. Informatie over herkomst (schenker, of eventuele vindplaats) van een object is belangrijk.
- / 41 / Maak specifieke mensen binnen de organisatie verantwoordelijk voor het collectiebeleid, de collectieregistratie en het collectiebeheer.

Publiek

- / 43 / Verwerk verschillende perspectieven in je teksten. Maak de manier waarop je informatie aanbiedt inclusief, leg dwarsverbanden met historische gebeurtenissen en plaats WO2 in een grotere context.
- / 43 / Stel een toetsingscommissie samen waarop je terug kunt vallen. Stel deze commissie zo divers mogelijk samen. Bespreek je plannen regelmatig met deze commissie. Stel daarbij de volgende vragen: zijn we een doelgroep vergeten? Is deze invalshoek juist? Sluit ik aan bij het niveau?

Gebruik SWOT-analyse

De SWOT-analyse is een methode om de sterke en zwakke punten van de organisatie en de kansen en bedreigingen vanuit de markt in kaart te brengen. We analyseren de interne kenmerken van de organisatie, ten opzichte van de belangrijkste concurrenten. We benoemen externe factoren, zoals ontwikkelingen en invloeden vanuit de markt en omgeving. SWOT staat voor Strengths en Weaknesses (intern), Opportunities en Threats (extern). Door prioriteiten te stellen en een tabel te hanteren, wordt de situatie in één oogopslag duidelijk.

Positief		Negatief	
Intern	Sterkte • Sterke achterban; betrokken en daadkrachtige vrijwilligers, gemeenschap en donateurs • Unieke aansprekende collectie • Goede financiële positie • Bestuur is stabiel, betrokken en ambitieus	Zwakte	• Onduidelijkheid over relatie en taakverdeling tussen bestuur en vrijwilligers • Enkele cruciale verantwoordelijkheden bij select groepje • Geen of onvoldoende collectiebeleid • Vrees om samenwerking met partners te zoeken • Geen eenduidige communicatie van het museum en afbakening van het terrein
Extern	Kansen • Enorme potentie om uit te groeien tot een internationaal erkend musuem • Aanspreken van WO2 toerisme, scholen en Eilanders 80-jarige herdenking WO2	Bedreigingen	• Bezoekersaantallen sterk afhankelijk van veerdienst, seizoen en weersomstandigheden • Kennisverlies (Laatste generatie getuigen WO2) • Openbaar toegankelijk terrein: kwetsbaar voor vandalisme

Neem samen de leiding en stimuleer betrokkenheid.

advies

/ Bedrijfsvoering /

Het museum is financieel ontzettend sterk en de organisatie is ongelooflijk daadkrachtig. Het bestuur is actief en de vrijwilligers zijn initiatiefrijk en betrokken. Bunkers worden voortvarend toegankelijk gemaakt, tentoonstellingen georganiseerd en bezoekers ontvangen. Tegelijkertijd verliest het bestuur grip op de richting; handelingen en keuzes vinden ad hoc plaats en de toezichthoudende taak is moeilijk te realiseren.

Neem samen de leiding en stimuleer de betrokkenheid. De betrokkenheid van alle vrijwilligers is cruciaal, die moet je blijven koesteren en stimuleren. Maar het bestuur moet meer de leiding nemen. Een eerste stap is om elk jaar een jaarplan te maken. Dit is een simpele versie van een beleidsplan. Eventueel kan het bestuur vooraf een enquête afnemen onder de vrijwilligers. Bespreek het jaarplan, maar ook de financiële en inhoudelijke jaarverslagen, met alle vrijwilligers tijdens een plenaire vergadering. Op die manier houd je de hele organisatie betrokken en op de hoogte van keuzes, in plaats van alleen de vrijwilligers die toevallig korte lijntjes hebben met bestuursleden. Het bestuur kan hierdoor beter uitleggen waarom het bepaalde initiatieven afwijst.

Ontwikkel stap voor stap naar de organisatie die je wilt zijn: een vrijwilligersstichting of erkend museum.

Zonder vrijwilligers heb je geen vrijwilligersstichting maar ook geen professioneel museum. Hoewel het bestuur het voortouw moet nemen in deze ontwikkelingen, is het succes afhankelijk van de steun van de vrijwilligers. Zij moeten bij elke stap betrokken worden. Wees daarbij niet bang om te 'falen': past een stap (toch) niet bij de organisatie, leer daar dan van en kies een andere richting.

Wil je een vrijwilligersstichting zijn, dan zijn niet veel ontwikkelstappen nodig: zorg dat het bestuur zijn taak goed kan uitvoeren, (jaarlijkse verantwoording) er financieel ruimte is voor een medewerker, kies dan voor een facilitair medewerker die meehelpt met organiseren en de vrijwilligers ondersteunt.

Richting een professioneel museum zijn meer ontwikkelstappen vereist. Er is beleid nodig, met een jaarcyclus en uitgebreidere verantwoording, waarbij het bestuur meer als toezichthoudend orgaan dan als uitvoerende groep zal functioneren. Inzicht in de actuele museale ontwikkelingen is noodzakelijk voor zowel bestuur als medewerkers. Het collectiebeheer moet op orde komen en er moet een publieksplan zijn (zowel voor tentoonstellingen als communicatie en marketing).



/ Overzicht /

Rechtsvorm	Stichting
Statutaire naam	Stichting Bunkerbehoud Terschelling
Roepnaam	Bunkermuseum Terschelling
Statutaire doelstelling	De stichting heeft ten doel: het behoud van erfgoed uit WO2 op Terschelling; het restaureren en/of schoonmaken van erfgoed uit WO2; het exploiteren van erfgoed uit WO2 het verzamelen van informatie over erfgoed uit WO2 en het geven van informatie over dit onderwerp aan belangstellenden; het in overleg treden met overheden en particulieren tot behoud van het bestaande erfgoed uit WO2; het verrichten van alle verdere handelingen, die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn.
ANBI	Nee
Geregistreerd museum	Nee
Bestuursleden	3 ingeschreven leden, 3 informele leden
Vrijwilligers	55 vrijwilligers totaal 25 leden werkploeg 13 leden bezoekerscentrum 15 leden rondleiders 2 leden mediaploeg
Donateurs	280 vrienden van Bunkermuseum
Beleidsplan	Niet up to date
Financiële jaarverslagen	Up to date
Accountantsverklaring	Nee, wel door een administratiekantoor opgesteld
Inhoudelijke jaarverslagen	Niet up to date

Om de bedrijfsvoering van nu te begrijpen, is inzicht in de oprichtingsfase nodig. In 2015 werd de stichting opgericht. Dat was een roerig begin, met negatieve emoties van eilanders over de WO2 en vrijwilligers die met goede wil en energie vooruit 'struikelden'. Bestuursleden wisselden elkaar zo snel af, dat er geen eenduidige visie ontwikkeld werd.

Vrijwilligers

De vrijwilligers zijn verdeeld in vier ploegen: de terreinploeg met ongeveer 25 leden, het bezoekerscentrum met ongeveer 13 leden, ploeg rondleiders met ongeveer 15 leden en een mediaploeg met twee leden. Het valt op dat er geen ploeg is die zich bezighoudt met collectiebeheer.

De terreinploeg is veruit de grootste en is het meest aanwezig. De vrijwilligers doen elk weekend in grotere of kleinere omvang allerhande klussen. Deze groep is verantwoordelijk (geweest) voor het opgraven en toegankelijk maken van de bunkers. Dit zijn de 'schatgravers' met een passie voor het technisch erfgoed uit WO2, het zijn mannen van middelbare leeftijd. Deze groep heeft het meeste contact met het bestuur. De vraag speelt wat er gebeurt met deze ploeg wanneer al het erfgoed, (alle bunkers), toegankelijk is gemaakt. Blijft zij betrokken?

De ploeg "bezoekerscentrum" is verantwoordelijk voor het openhouden van het museum. Deze ploeg bedient de balie en is het eerste aanspreekpunt voor bezoekers. De leden zijn vaak vrouwen van pensioenleeftijd, die genieten van sociaal contact en maatschappelijk relevant werk willen doen. Ze realiseren zelfstandig de roosters. Hier zouden meer vrijwilligers gewenst zijn.

De rondleidersploeg organiseert alle rondleidingen, voor alle doelgroepen. De leden zijn vooral mannen met een passie voor het technisch erfgoed uit WO2. Het aantal leden is beperkt. Ze kunnen de hoge vraag naar rondleidingen niet aan.

De groep vrijwilligers is groot, initiatiefrijk en (terecht!) trots op het erfgoed dat zij toegankelijk heeft gemaakt. Er is veel kennis van het technische erfgoed. Zonder de vrijwilligers, bestaat het museum niet.

Zorg dat vrijwilligers aangehaakt blijven: geen ploeg moet zich achtergesteld voelen. Anticipeer op een nieuwe rol voor de 'schatgravers'.

advies

- Minimaal 2 keer per jaar een plenaire vergadering
- Stel de werkgroepen opnieuw in en benoem een voorzitter. Plan structurele overlegmomenten met bestuur
- Neem een vrijwilligersenquête af: vraag waarom vrijwilligers betrokken zijn en wat zij belangrijk vinden.

Bestuur

Momenteel verkeert de organisatie in rustiger vaarwater. Er zijn drie bestuursleden ingeschreven bij de KVK: de voorzitter, penningmeester en secretaris. Zij vormen een stabiele basis, zijn zeer betrokken bij de organisatie en vrijwilligers en hebben ambitieuze wensen. Zij willen dat het museum internationaal bekend komt te staan als beheerder van uniek erfgoed uit WO2. Er is een rooster van aftreden, maar dat wordt niet altijd gevolgd. Het bestuur is niet op de hoogte van de museumdefinitie, de ethische code voor musea, de LAMO en de drie culturele codes.

Er zijn nog drie leden die niet ingeschreven staan, maar zij zijn in de praktijk wel onderdeel van het bestuur en dus van de besluitvorming en het toezicht. Van deze groep draagt één persoon veel verantwoordelijkheid: hij is namens het bestuur het aanspreekpunt voor alle vrijwilligers, is heel flexibel, kan snel aanwezig zijn op het terrein en realiseert de technische ondersteuning. Deze betrokkenheid en het takenpakket zijn organisch tot stand gekomen en er is geen vangnet.

Neem je rol en je takenpakket serieus: de drie informele bestuursleden ‘bungelen’ nu tussen bestuur en vrijwilliger in. Daardoor is het proces van besluiten nemen en toezicht houden ingewikkelder. Ga het gesprek met elkaar aan over rollen en taken, maak afspraken en houd elkaar daar aan.

Houd het museale inzicht op peil: momenteel zijn de bestuursleden de aangewezen personen om op de hoogte te blijven van actuele museale ontwikkelingen. Maak dan keuzes waar je als vrijwilligersorganisatie wel of niet iets mee doet. Vraag hulp bij intermediairs, zoals de museumfederatie of museumprofessionals.

Wees je bewust van de kwetsbaarheid: wat/ wie is het vangnet als cruciale personen wegvallen?

advies

- **Maak het bestuur compleet.**
- **Vergroot het museale inzicht van de organisatie: bestuur en medewerkers.**



Organisatie en relatie tussen bestuur en vrijwilligers

De organisatie is te omschrijven als organisch tot stand gekomen en initiatiefrijk. Vooral vanuit de terreinploeg komen veel ideeën over bijvoorbeeld tentoonstellingen in bunkers, presentatiemiddelen en oplossingen voor bezoekersstromen. Zij neemt direct het initiatief en licht het bestuur vaak pas achteraf in.

Het bestuur zit daardoor in een lastige situatie. Enderzijds is het prettig dat vrijwilligers initiatief nemen, eigenaarschap voelen en veel taken uitvoeren. Anderzijds is het lastig dat daardoor moeilijk inhoudelijke en financiële afwegingen door het bestuur kunnen worden gemaakt, in lijn met een vastgesteld beleid. Hierbij speelt het vraagstuk wat je kunt eisen van je vrijwilligers.

Toon leiderschap: maak inhoudelijke en organisatorische keuzes en leg deze vast in een beleids- of jaarplan. Maak je vrijwilligers op een gepaste manier onderdeel van dit proces.

advies

- **Maak een plan en bespreek dit op de eerste plenaire vergadering, maak iedereen deelgenoot.**

Achterban: gemeenschap en donateurs

Het museum heeft een groep van 280 trouwe vrienden achter zich staan. Zij doneren jaarlijks tussen de 20 en 100 euro en krijgen daarvoor vrije toegang en een krantje. Deze groep groeit.

Een andere belangrijke groep binnen de achterban is de lokale gemeenschap op Terschelling. Op het eiland kent iedereen elkaar en elk initiatief. Het Bunker Museum roept bij een deel van de Eilanders nostalgische gevoelens op t.a.v. het schatgraven tussen de bunkers en illegale bunkerfeestjes. Zelfs als zij niet vrijwilliger zijn, staan zij paraat om bij te springen bij grotere ondernemingen. Door de combinatie van actieve vrijwilligers en een betrokken gemeenschap is er een hoge mate van zelfredzaamheid. Bij een ander deel van de Eilanders ligt het erfgoed gevoelig en is het thema beladen. De familiegeschiedenissen worden nog actief beleefd. Dit heeft impact op de programmering, opdat waardering groeit onder deze groep.

Koester je achterban: het museum heeft een bijzondere sterke gemeenschap van Eilanders om zich heen. Het erfgoed van het museum is net zo goed het erfgoed van de Eilanders. Respecteer beide.

Het museum heeft veel en goede partners

kracht

Partners

Het museum heeft verschillende partners. Opvallend is dat het bestuur niet direct inzicht heeft in welke partners, maar wel veel samenwerkingen benoemt. Het terrein is eigendom van Staatsbosbeheer. Op het eiland wordt samengewerkt met de Historische Vereniging, VVV, gemeente Terschelling en Platform Erfgoed Terschelling, Museum 't Behouden Huys en het Natuurmuseum & zeeaquarium van de gemeente, het Wrakkenmuseum.

Het museum werkt samen met theaterfestival OEROL, Wandeltocht Fjoertoer en horeca. Buiten het eiland is samenwerking met de Museumfederatie Fryslân, Atlantikwall in de Wadden met trekkers Zeestad, Stichting Stelling Den Helder, Gemeente Hollands Kroon, Kazemattenmuseum Kornwerderzand, It Fryske Gea, Het Groninger Landschap, Stichting Waddencentra met Stichting Ameland Museum, Museum Schlei, De Noordwester en Luchtvaart- en Oorlogsmuseum Texel.

Er is een bepaalde terughoudendheid bij het bestuur wanneer gesproken wordt over belangrijke of mogelijke partners, zoals Staatsbosbeheer of de gemeente. Een samenwerking wordt snel als bedreigend ervaren. Het bestuur vreest voor bemoeienis of voor het inleveren van (financiële) vrijheden. Hierdoor blijven kansen liggen: inhoudelijk, financieel en qua publieksbereik.

/ Financiële situatie /

De financiële situatie is gezond, en zeer sterk vergeleken met andere, soortgelijke culturele organisaties. Er zijn veel eigen inkomsten vanuit publiek en donateurs. Geld is geen probleem. De jaarverslagen worden door een administratiekantoor opgesteld.

Dit document hebben wij opgedeeld in vier hoofdstukken. **Hoofdstukken 1. en 2.** gaan over vraag en antwoord: de ontwerpvrage die het Bunker Museum heeft gesteld en het antwoord daarop van Hofmeijer Dekker Ontwerpers, in de vorm van een conceptontwerp. **Hoofdstuk 3.** bestaat uit de onderbouwing van dit ontwerp. Tevens is de onderbouwing een goede basis voor een eventueel beleidsplan. **Hoofdstuk 4.** is het 'toetje': een voorzet voor hoe de verdere ontwikkeling van het museum eruit zou kunnen zien.

1. Vraag

02 - 04 **Ontwerpvrage en dromen.**

2. Conceptontwerp

05 - 25 **Bouw je droommuseum.**

3. Onderbouwing

26 - 46 **Analyse van de stichting.**

4. Toetje

47 - 55 **Een blik op de toekomst.**

Focus

- 27 Onderzoeksmethode
- 28 Focus
- 29 SWOT-analyse

Bedrijfsvoering

- 30 Bedrijfsvoering
- 31 Overzicht
- 32 Interne organisatie
 - 32 Vrijwilligers
 - 33 Bestuur
 - 34 Organisatie en relatie tussen bestuur en vrijwilligers
- 35 Externe situatie
 - 35 Achterban: gemeenschap en donateurs
 - 35 Partners
- 35 Financiële situatie

Collectie

- 37 Kerncollectie
- 40 Uitgelicht: twee parels
 - 40 1. De Bertha bunker (materieel)
 - 41 2. Terschelling in oorlogstijd (verhalen; immaterieel)
- 42 Omgang met de collectie
- 43 Collectieplan

Publiek

- 45 Inclusie en toegankelijkheid
- 45 Ethiek
- 46 Educatiebeleid

De kern van de collectie van het Bunker Museum wordt niet gevormd door de verzameling objecten in het huidige bezoekerscentrum of in de bunkers. De locatie, dus de radarstelling Tiger zelf, belichaamt de essentie van de collectie.

Context: de Tiger stelling & de luchtoorlog

De Duitse bezetter bouwde tijdens de WO2 op alle Waddeneilanden bunkers als onderdeel van een verdedigingslinie in het door haar ingenomen gebied: de Atlantikwall, lopend van Noorwegen tot Spanje.

Terschelling nam een unieke positie in binnen de Duitse verdedigingslinie. De vliegroutes van de geallieerden die onderweg waren naar Duitsland lagen namelijk boven dit eiland.

Vanwege de strategische ligging bouwden de Duitsers hier meer dan 400 bunkers.

De Tiger stelling nam op haar beurt weer een bijzondere positie in, vergeleken met de andere bunkerstellingen op het eiland. De Tiger functioneerde namelijk als radarstelling, bedoeld om geallieerde vliegtuigen te signaleren en te onderscheppen. Daarmee speelde ze een centrale rol in de luchtoorlog tussen de Duitse bezetter en de geallieerden.

Omschrijving: Tiger stelling als kerncollectie van het Bunker Museum

De radarstelling Tiger is de grootste bunkerstelling op Terschelling. Ze bestaat uit een complex van zeven hectare met daarop oorspronkelijk 102 bouwwerken waarin ruim 200 Duitse soldaten hebben gewoond en gewerkt tijdens de bezetting van het eiland. Tegenwoordig zijn er nog 85 bunkers op de stelling aanwezig.

De Tiger is een van de weinige radarstellingen uit de WO2 die nog vrijwel intact zijn.

Haar toegankelijkheid maakt de stelling uniek in de wereld.

De stelling is gedeeltelijk openbaar toegankelijk. Ze ligt in een gebied dat valt onder Staatsbosbeheer.

Het Bunker Museum beheert de bunkers en onderscheidt een viertal gradaties van toegankelijkheid:

- **Niet opengestelde bunkers**
- **Opengestelde bunkers (gratis toegankelijk)**
- **Met qr-code toegankelijke bunkers (betaald)**
- **Uitsluitend met een rondleiding te bekijken bunkers (betaald)**
 - de Bertha bunker G52 type L487**
 - de Kantinebunker G28**
 - de Luchtafweergeschutbunker G23**
 - de Gevangenisbunker G63**

advies

- **Het Bunker Museum heeft een unieke collectie in de vorm van de Tiger stelling. Ga die uniciteit veel sterker benadrukken.**

Dat kan al door de informatievoorziening op het terrein aan te pakken. Zodat het bezoekers duidelijk(er) wordt dat ze zich op een unieke plek in de wereld bevinden. (fase 1)





/ Uitgelicht: twee parels /

Binnen de ‘collectie Tiger stelling’ zijn twee zogenaamde parels te onderscheiden, behorend tot het materiële én het immateriële erfgoed uit WO2 op Terschelling.

1. De Bertha bunker (materieel)

Er zijn wereldwijd negen exemplaren van het type Bertha bekend, waarvan zes in Denemarken (één daarvan is gesloopt) en drie in Nederland:

Ingegraven bij Zandvoort

Een b&b, waar bevindt deze b&b zich?

De bunker op Terschelling

De Bertha bunker op Terschelling is als enige exemplaar nagenoeg compleet overgebleven, goed toegankelijk en goed geconserveerd. **Dit maakt de bunker – en dus ook het Bunker Museum – uniek.**

Omschrijving:

In de meest centrale bunker op de Tiger stelling, de Bertha bunker, bevond zich het zenuwcentrum voor de analyse van vliegbewegingen. Deze zware bunker werd een van de grotere standaard ontwerpen uit het Atlantikwall-programma.

Deze bomvrije bunker is de grootste bunker op Terschelling. Er waren diverse functies ondergebracht zoals bevelvoering, gegevensverwerking en radiocommunicatie. In de twintig grotere en kleinere ruimtes waren manschappenverblijven, luchtverversinginstallaties, een transformatorruimte en een telefooncentrale. Voor noodstroomvoorziening beschikte de bunker over een eigen aggregaat.

De bunker bestaat uit 2 verdiepingen, 20 meter bij 20 meter groot, hiervoor is 3000 kubieke meter beton gebruikt. Deze bunker was bedoeld voor het veilig onderbrengen van het personeel en de apparatuur ten behoeve van alle functies die benodigd waren om de gegevens over de situatie in het luchtruim te verzamelen, te verwerken en door te geven aan de civiele luchtbeschermingsdienst in de Duitse steden, vliegvelden en lucht-doelbatterijen. Maar de belangrijkste functie was de coördinatie van de gevechtsleiding in het luchtruim boven Terschelling.

Kortom: de Bertha bunker is als ‘object’ dé vertegenwoordiger van DE LUCHTOORLOG die zich boven Terschelling afspeelde.

advies

- **Wees inclusief. Maak de Bertha Bunker als ‘parel’ toegankelijk voor iedereen.** Zorg er bijvoorbeeld voor dat mindervaliden en blinden/slechtzienden naar binnen kunnen. En bedien qua informatievoorziening al je doelgroepen: geef de ruimte aan verschillende perspectieven.

2. Terschelling in oorlogstijd (verhalen; immaterieel)

“Anders dan materieel erfgoed (gebouwen, objecten, documenten en monumenten) is immaterieel erfgoed een levende en dynamische vorm van erfgoed, die zich aanpast aan en mee verandert met de tijd. Het verbindt de gemeenschap die het beoefent en zich er mee identificeert. Immaterieel erfgoed vormt het hart van die groep mensen, die het vaak met passie en op vrijwillige basis beoefenen.” (<https://www.immaterieelerfgoed.nl/nl/watisimmaterieelerfgoed>)

Met deze beschrijving in het achterhoofd kun je kijken naar de tweede ‘parel’: de verhalen die op en via de Tiger stelling verteld (kunnen) worden rondom het thema ‘Terschelling in oorlogstijd’.

Denk aan:

- Getuigenissen van Terschellingers in oorlogstijd
- Getuigenissen van Duitse soldaten op Terschelling in oorlogstijd
- De rol van de Tiger stelling in de huidige gemeenschap op Terschelling (vrijwilligers betrokken bij de exploitatie van de stelling)

Er zijn al veel getuigenissen opgetekend, maar er is misschien nog méér vast te leggen.

Er zijn kennislacunes:

- Tijdens de mobilisatie hebben ca. 1000 Nederlandse militairen op Terschelling gezeten. Daar is vrijwel niets van bekend bij het Bunker Museum.
- Dito voor het deels overlappende verblijf op Terschelling van de Nederlandse en de Duitse militairen, die het eiland tijdens de bezetting innamen.
- Nederland werd op 5 mei 1945 bevrijd, Terschelling pas op 31 mei. Ook hier is weinig van bekend.

advies

- **Vul kennislacunes zo snel mogelijk op.** De eerste generatie getuigen van WO2 is vrijwel verdwenen, maar ook de tweede generatie veroudert snel. Leg verhalen vast nu het nog kan. Verzamel bijvoorbeeld getuigenissen van Terschellingers en Duitsers in de vorm van interviews en brieven.



/ Omgang met de collectie /

Collectieregistratie

De museumnorm schrijft voor dat de collectieregistratie volgens de minimale standaard een geautomatiseerde registratie bevat van alle objecten met objectnummer, objectnaam, de verwervings gegevens (verwervingsmethode, verwervingsdatum en persoon/organisatie van wie het object verworven is) en standplaats.

Het Bunker Museum voldoet deels aan deze norm. Objecten staan geregistreerd in een eigen collectieregistratiesysteem, gebaseerd op het Windows programma Access. Deze registratie is echter niet compleet. Ze wordt niet consequent bijgewerkt en ook ontbreekt bij sommige objecten belangrijke informatie, bijvoorbeeld over de herkomst. Ook is niet alles gefotografeerd.



advies

- **Werk het collectieregistratiesysteem consequent bij.**
Wees zo volledig mogelijk. Informatie over herkomst (schenker, of eventuele vindplaats) van een object is belangrijk.



/ Collectieplan /

Het museum hanteert momenteel geen uitgewerkt collectieplan. In haar beleidsplan 2017-2020 worden wél enkele aandachtspunten benoemd betreffende het beheer van de collectie en het beleid ten aanzien van schenkingen en bruiklenen (hoofdstuk 9). Echter, tot op heden is er geen sprake van een gedetailleerd uitgewerkt plan, dat door alle medewerkers wordt nageleefd.

Tot dusver is het uitgraven en toegankelijk maken van de bunkers prioriteit geweest. De bunkers worden nu onderhouden (schoon gehouden, gecontroleerd op veiligheid en vandalisme) maar een lange termijn plan met betrekking tot beheer, continuïteit en behoud van de collectie is nog niet uitgewerkt.

Ook heldere richtlijnen voor het aannemen of afstoten van objecten ontbreken: dit gebeurt nu ad hoc.

Voorbeeld: het komt voor dat vrijwilligers of bezoekers (Terschellingse) objecten meenemen die niet aan het Bunker museum zijn gerelateerd. Of die nader onderzocht zouden moeten worden. Er is geen protocol dat voorschrijft hoe de dienstdoende vrijwilliger of bestuursmedewerker die de objecten aangeboden krijgt hiermee om moet gaan.

Kortom: zorg voor, en onderzoek naar de collectie vinden plaats, maar zonder onderliggend uitgewerkt collectieplan.

advies

- **Maak specifieke mensen binnen de organisatie verantwoordelijk voor het collectiebeleid, de collectieregistratie en het collectiebeheer.**

Dit document hebben wij opgedeeld in vier hoofdstukken. **Hoofdstukken 1. en 2.** gaan over vraag en antwoord: de ontwerpvraag die het Bunker Museum heeft gesteld en het antwoord daarop van Hofmeijer Dekker Ontwerpers, in de vorm van een conceptontwerp. **Hoofdstuk 3.** bestaat uit de onderbouwing van dit ontwerp. Tevens is de onderbouwing een goede basis voor een eventueel beleidsplan. **Hoofdstuk 4.** is het 'toetje': een voorzet voor hoe de verdere ontwikkeling van het museum eruit zou kunnen zien.

1. Vraag

02 - 04 **Ontwerp vraag en dromen.**

2. Concept ontwerp

05 - 25 **Bouw je droommuseum.**

3. Onderbouwing

26 - 46 **Analyse van de stichting.**

4. Toetje

47 - 55 **Een blik op de toekomst.**

Focus

- 27 Onderzoeksmethode
- 28 Focus
- 29 SWOT-analyse

Bedrijfsvoering

- 30 Bedrijfsvoering
- 31 Overzicht
- 32 Interne organisatie
 - 32 Vrijwilligers
 - 33 Bestuur
 - 34 Organisatie en relatie tussen bestuur en vrijwilligers
- 35 Externe situatie
 - 35 Achterban: gemeenschap en donateurs
 - 35 Partners
- 35 Financiële situatie

Collectie

- 37 Kerncollectie
- 40 Uitgelicht: twee parels
 - 40 1. De Bertha bunker (materieel)
 - 41 2. Terschelling in oorlogstijd (verhalen; immaterieel)
- 42 Omgang met de collectie
- 43 Collectieplan

Publiek

- 45 Inclusie en toegankelijkheid
- 45 Ethiek
- 46 Educatiebeleid

Inclusie en toegankelijkheid

Benader inclusie in de breedste zin van het woord. Denk aan het toegankelijk maken van bunkers voor mindervaliden. Alle bunkers toegankelijk maken voor mindervaliden in een rolstoel is praktisch gezien lastig, maar bied deze doelgroep goede alternatieven. Zo ook voor slechtzienden, denk bijvoorbeeld aan speciale tactiele routes. Het klimaat van een bunker, temperatuur, luchtvochtigheid en materialen vertellen veel over hoe het leven in een bunker geweest moet zijn. Luisterroutes kunnen hier goed op aansluiten.

Inclusiviteit gaat echter verder dan fysieke toegankelijkheid. Betrek in je plannen óók thema's als gender, religie, sociaaleconomische achtergrond, opleidingsniveau en leeftijd. Laat je programma's en museale presentatie aansluiten bij de belevingswereld van je diverse doelgroepen.

Een voorbeeld: de omvang van de generatie die de oorlog heeft meegemaakt en/of getuigenissen over de oorlog uit de eerste hand heeft meegekregen, neemt snel af. Dat heeft effect op de maatschappelijke kennis over én emotionele betrokkenheid ten aanzien van WO2. Je huidige publiek heeft een diverse samenstelling. Het betreft niet alleen nazaten van voorouders die de oorlog in Nederland hebben meegemaakt. Wanneer je streeft naar nationale bekendheid, word je steeds meer geconfronteerd met deze diversiteit van je bezoekers.

Een mooi praktijkvoorbeeld is de tentoonstelling van het Atlantikwall Centrum. Die plaatst gebeurtenissen in en rond Den Helder binnen de grotere historische context van WO2. Een tijdlijn toont sleutelmomenten uit de gehele oorlog. Ook is er aandacht voor persoonlijke verhalen. Zoals de impact van strategische beslissingen en 'technische innovaties' op de geallieerden/Nederlanders én op de bezetters/Duitsers.

advies

- **Verwerk verschillende perspectieven in je teksten. Maak de manier waarop je informatie aanbiedt inclusief, leg dwarsverbanden met historische gebeurtenissen en plaats WO2 in een grotere context.**

Ethiek

Het verhaal rondom WO2 is divers, genuanceerd en emotioneel beladen. Ethische vraagstukken hieromtrent zijn lastig om zelf te beantwoorden.

advies

Stel een toetsingscommissie samen waarop je terug kunt vallen.

Stel deze commissie zo divers mogelijk samen, denk hierbij aan bovengenoemde criteria. Bespreek je plannen regelmatig met deze commissie. Stel daarbij de volgende vragen: zijn we een doelgroep vergeten? Is deze invalshoek juist? Sluit ik aan bij het niveau?

Oorlogsmuseum Overloon biedt een voorbeeld van hoe om te gaan ethische vraagstukken rondom Duits erfgoed. Zij vermeldt het volgende bij Militracks, een evenement rondom Duitse voertuigen uit WO2:

“Militaire kleding

Wij maken u erop attent dat het dragen van Duitse uniformen uit de WO2, inclusief het dragen van helmen, geheel verboden is bij Militracks. Ook het dragen van Nazi-symbolen is natuurlijk absoluut niet toegestaan op ons terrein.”

Op deze manier maakt Overloon duidelijk hoe zij zich verhoudt tot Duits oorlogserfgoed.

Educatiebeleid

In de huidige situatie krijgt iedereen dezelfde rondleiding aangeboden, soms hier en daar wat aangepast door de dienstdoende vrijwilliger. Schoolklassen krijgen allemaal dezelfde introductie te zien.

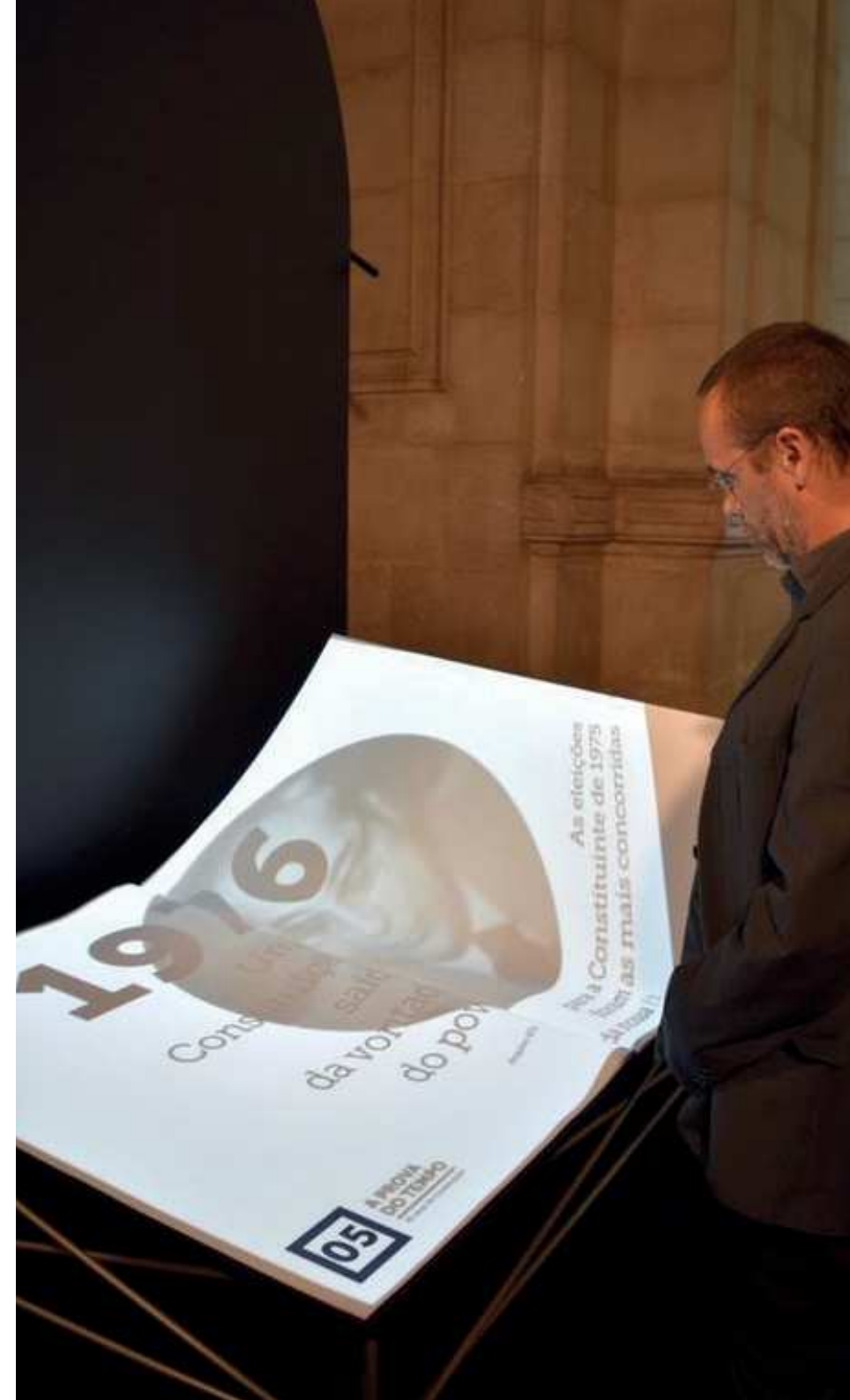
Voor het Bunkermuseum liggen hier veel kansen. Kansen voor samenwerking met scholen, maar ook kansen om je taak als Stichting Bunkerbehoud serieus te nemen:

Met het opgraven van de eerste bunker en het oprichten van Stichting Bunkerbehoud, werd de Stichting automatisch verantwoordelijk voor dit oorlogserfgoed.

Die verantwoordelijkheid bestaat eruit het verhaal over de oorlog op Terschelling (en de WO2 in het algemeen) door te geven aan, en levend te houden onder, de jongere generaties. De volgende uitspraak is misschien een cliché, maar zeker relevant:

“Ontdek het verleden, begrijp het heden.”

Een inspirerend voorbeeld is het Nationaal Militair Museum. Dit museum bieden lesprogramma's aan voor het Basisonderwijs, Voortgezet Onderwijs, het MBO & HBO. Per onderwijsniveau biedt ze ook diverse programma's aan. Voor het Basisonderwijs zijn dit: Verdiepende programma's, Actieve programma's en Stoere Speurtochten. Dergelijke programma's kun je ook ontwikkelen als Bunker Museum.



Dit document hebben wij opgedeeld in vier hoofdstukken. **Hoofdstukken 1. en 2.** gaan over vraag en antwoord: de ontwerpvrage die het Bunker Museum heeft gesteld en het antwoord daarop van Hofmeijer Dekker Ontwerpers, in de vorm van een conceptontwerp. **Hoofdstuk 3.** bestaat uit de onderbouwing van dit ontwerp. Tevens is de onderbouwing een goede basis voor een eventueel beleidsplan. **Hoofdstuk 4.** is het 'toetje': een voorzet voor hoe de verdere ontwikkeling van het museum eruit zou kunnen zien.

1. Vraag

02 - 04 **Ontwerpvrage en dromen.**

2. Conceptontwerp

05 - 25 **Bouw je droommuseum.**

3. Onderbouwing

26 - 46 **Analyse van de stichting.**

4. Toetje

47 - 55 **Een blik op de toekomst.**

4. Toetje

- 49 Toekomstbeeld
- 51 Naamswijziging
- 52 Website
- 55 Colofon

/ Toekomstbeeld /

Zie dit overzicht als inspiratie voor wat het museum kan worden.

Fase 1

Wat

Ophalen verhalen WO2 getuigen, onderdeel wekgroep collectie
Wergroep collectie (incl. immaterieel erfgoed en toetsingscommissie) opzetten
Vrijwilligersonderzoek
Doelgroepenonderzoek
Beleidsplan 2023 - 2028 ontwikkelen
Collectieplan 2023 - 2028 ontwikkelen
Huisstijl ontwikkelen
Start jaarlijkse evaluatie financieel en inhoudelijk
Start plenaire vergaderingen
Herinrichting bezoekerscentrum (plan)
Gemeenschapsbunker in gebruik (wisselexpo's van vrijwilligers/ scholen/ enz)
Herinrichting bezoekerscentrum (financiering rondkrijgen)
Herinrichting bezoekerscentrum (uitvoering)
Bewegwijzering terrein
Nieuwe rondleidingen ontwikkelen
Opening museum

Huidige organisatie bestendigen

Waarom

URGENT: laatste generatie getuigen WO2
Verantwoordelijkheid voor erfgoed nemen
Inzicht in motivatie en behoeftes
Inzicht in behoeftes
Richting bepalen en leiderschap tonen; aansluiten bestuurscyclus
Richting bepalen en verantwoordelijkheid nemen; aansluiten bestuurscyclus
Eenduidige uitstraling
Reflectie en leiderschap
Bestendigen betrokkenheid van alle vrijwilligers

Bestendigen betrokkenheid van vrijwilligers en gemeenschap

Eenduidige uitstraling; publieke functie
Aansluiten behoeftes doelgroep & mogelijkheden organisatie
Succes vieren! 5 mei 2025

Fase 2

Wat

ANBI aanvragen
Specialistisch publieksprogramma en onderzoeksstagiari (koppelen aan openingen en ervaringen fase 1)
Herinrichting buitenterrein (plan)
Herinrichting buitenterrein (financiering rondkrijgen)
Herinrichting buitenterrein (uitvoering)
Opening buitenterrein
Wisselexpositie 1 onder leiding van museumprofessional (plan)
Wisselexpositie 1 onder leiding van museumprofessional (financiering)
Wisselexpositie 1 onder leiding van museumprofessional (uitvoering)
Wisselexpositie 1 onder leiding van museumprofessional (opening en looptijd)
Beleidsplan 2029 - 2032 ontwikkelen
Collectieplan 2029 - 2032 ontwikkelen

Terrein aanpakken/ werkwijze uitproberen

Waarom

Keurmerk en financiële mogelijkheden
Positioneren kennisinstelling
Eenduidige uitstraling

4 mei 2027

Actuele relevantie en landelijke bekendheid

4 mei 2028 - december 2029

Richting bepalen en verantwoordelijkheid nemen; aansluiten bestuurscyclus
Richting bepalen en verantwoordelijkheid nemen; aansluiten bestuurscyclus

Fase 3

Wat

Museumregistratie aanvragen
Wisselexpositie 2 plan, financiering en uitvoering
Wisselexpositie 2 opening, looptijd en publieksprogramma
Wisselexpositie 3 plan, financiering en uitvoering
Wisselexpositie 3 opening, looptijd en publieksprogramma

Positioneren museum en kennisinstelling

Waarom

Museale erkenning

Fase 4

Wat

Lopende museumpraktijk

Internationale erkenning WOII museum

Waarom

Bunker Museum

Museum de Tiger stelling

Radarstelling Tiger

Luchtoorlogmuseum

Radarmuseum Terschelling

Tiger stelling museum

Oorlogsmuseum Tigerstelling

Oorlogsmuseum Tiger

Oorlogsmuseum Terschelling

Radarmuseum de Tigerstelling

Luchtafweermuseum

Oorlogs museum Terschelling

Ontdek...

...hoe Terschelling
onderdeel werd van de
Duitse luchtoorlog.

Bezoek >

Koop tickets
Openingstijden
Bereikbaarheid en toegankelijkheid
Agenda
Rondleidingen
Museumkantine
(school)groepen >

Ontdek

Gemeenschap

Educatie

Groepsbezoek

Voor families

Scholen >

Basisonderwijs
Voortgezet onderwijs
MBO / HBO

Oorlogs museum Terschelling

Bezoek

Ontdek >

Gemeenschap

Educatie

Ontdek...

...hoe Terschelling
onderdeel werd van de
Duitse luchtoorlog.

Ontdek >

Terrein

Ontdek >

Junior Bunkertocht

Kraak de codes, vind geheime ingangen, ben jij een goede speurneus?

Escaperoom navigatie

Navigeer jouw team naar de juiste uitgang.

Symposium

Techniek in oorlogstijd

Educatie militaire uitvindingen

Lezingen ethiek & techniek

Rondleidingen van jonge veteranen over actuele conflicten

Wisselexpositie

Leven op het eiland. Verhalen van Eilanders over het leven in oorlogstijd op Terschelling.

Oerol

Installaties van kunstenaars met als thema oorlog en vrede.

Oorlogs museum Terschelling

Bezoek

Ontdek

Gemeenschap >

Educatie

Ontdek...

...hoe Terschelling
onderdeel werd van de
Duitse luchtoorlog.

Word vriend

Word partner

Word vrijwilliger

Breng de radar terug >

Doneer >

Crowdfunding

Breng de radar terug op de Tiger stelling >



Colofon

Dit document is samgesteld en vormgegeven door:

Babke Dekker

Hofmeijer Dekker Ontwerpers

Interieur, expo en product ontwerp

Mare Kiers

Bureau Mare

Zakelijk partner van cultuur

Eva Hage

Drs.E

Historisch onderzoek en redactie

