



nationaal museum
tachtigjarige oorlog

Jaarverslag 2025

Nationaal Museum Tachtigjarige Oorlog

10 april 2026

Voorwoord

2025 was voor het Nationaal Museum Tachtigjarige Oorlog een bijzonder en historisch jaar. Op 14 april openden wij officieel onze deuren in de Oude Calixtuskerk in Groenlo. Daarmee kwam een lang gekoesterde ambitie tot leven: een nationaal museum dat het verhaal van de Tachtigjarige Oorlog op een eigentijdse en interactieve manier vertelt.

Het eerste jaar stond in het teken van opbouw, ontdekking en groei. Tegelijkertijd hebben wij al direct een breed publiek weten te bereiken en een stevige basis gelegd voor de toekomst. De vele positieve reacties van bezoekers, partners en betrokkenen geven vertrouwen dat we op de juiste weg zijn.

Ik ben bijzonder trots op het team van medewerkers en vrijwilligers dat dit mogelijk heeft gemaakt. Dankzij hun inzet en betrokkenheid is het museum in korte tijd uitgegroeid tot een plek waar geschiedenis tot leven komt.

Met dit jaarverslag blikken we terug op een veelbelovend eerste jaar en kijken we vooruit naar de verdere ontwikkeling van het museum.

Daphne Maas

Directeur

Over het museum

Het Nationaal Museum Tachtigjarige Oorlog heeft als missie om op een eigentijdse en interactieve manier het meest complete beeld van de Tachtigjarige Oorlog (1568–1648) te presenteren en bezoekers nieuwe inzichten te bieden in het ontstaan van Nederland.

Het museum onderscheidt zich door een belevingsgerichte aanpak, waarbij bezoekers actief op ontdekking gaan en het verhaal vanuit verschillende perspectieven ervaren: het Hollandse, het regionale (Gelderse) en het Europese (Spaanse) perspectief.

Gevestigd in de historische Oude Calixtuskerk in Groenlo vormt het museum een unieke combinatie van erfgoed, beleving en educatie.

2025 in vogelvlucht

Het jaar 2025 markeert het officiële openingsjaar van het museum. Op **14 april 2025** werd het Nationaal Museum Tachtigjarige Oorlog feestelijk geopend voor het publiek.

In het eerste jaar mochten wij circa **10.000 bezoekers** verwelkomen. Dit bevestigt de grote belangstelling voor het onderwerp en de aantrekkingskracht van het museum. Bezoekers bestonden uit individuele gasten, maar ook uit groepen zoals historische verenigingen, serviceclubs en vriendengroepen.

De waardering van het publiek was bijzonder hoog, met een gemiddelde score van **4,9 uit 5 op Google Reviews**.

Activiteiten en tentoonstellingen

In 2025 nam het museum actief deel aan diverse evenementen en organiseerde het meerdere activiteiten:

- Deelname aan **City of Taste** in Groenlo (24 mei)
- Deelname aan de **Gelderse Museumdag** met een rommelmarkt (25 juli)
- Opening van de tentoonstelling
“Gebed, gevecht, gevierd... geschiedenis – vijf eeuwen Oude Calixtuskerk” (13 september)
- Deelname aan het **Achterhoeks Museumweekend** met een zeer succesvolle taxatiedag (15 november)
- Organisatie van een **uitverkocht concert** in het museum (18 december)

Deze activiteiten droegen bij aan de zichtbaarheid van het museum en versterkten de verbinding met de regio.

Collectieontwikkeling

Ook op het gebied van collectieontwikkeling zijn belangrijke stappen gezet.

In juli 2025 ontving het museum een bijzondere schenking van de heer De Korte: een **haardplaat uit 1625** met de voorstelling van de ‘Tuin van Holland’.

Daarnaast werden in augustus twee waardevolle bibliotheken geschonken door **de heer van der Lem** en **de heer De Schepper**. Deze vormen een belangrijke basis voor het toekomstige documentatiecentrum van het museum.

Deze schenkingen dragen bij aan de inhoudelijke verdieping en versterken de positie van het museum als kenniscentrum over de Tachtigjarige Oorlog.

Bezoekers en bereik

Het museum richt zich op een breed publiek, waaronder erfgoedliefhebbers, dagjesmensen en groepen. In het eerste jaar bleek vooral de combinatie van beleving en inhoud aan te slaan.

Naast fysieke bezoekers werd gewerkt aan het online bereik. De huidige website fungeerde als tijdelijke oplossing. In samenwerking met **Marotura** wordt gewerkt aan een nieuwe, professionele website die in juli 2026 wordt opgeleverd. Marotura ondersteunt tevens bij de ontwikkeling van de socialmediacontent.

Organisatie en team

Het museum draait op een compacte professionele kern, ondersteund door een grote en betrokken groep vrijwilligers.

De organisatie bestaat uit:

- Directeur: Daphne Maas (24 uur, betaald)
- Conservator: Godfried Nijs (vrijwillig)
- Vrijwilligerscoördinator: Fiona Algera (vrijwillig)
- Office-manager: Monique van Deursen (vrijwillig)
- Winkelmanager: Hannie Wicherink (vrijwillig)
- Gebouwbeheerder: Rick Walhof (vrijwillig)

Daarnaast zijn circa **80 vrijwilligers** actief binnen verschillende teams, waaronder techniek, educatie, collectie, ontvangst en rondleidingen.

Het bestuur bestaat uit:

- Niek Bragt (voorzitter)
- Koen Klein Tunte (secretaris)
- Ilona Hoving (penningmeester)
- Mirjam Lageschaar (lid)
- Patrick Welman (lid)
- Hans Busio (lid)
- Saskia Schmidt (lid)

Een bijzondere vermelding verdient **Wilfried Brevink**, die een cruciale rol heeft gespeeld in het opbouwen en organiseren van het vrijwilligersteam.

Marketing en communicatie

De marketingactiviteiten van het museum zijn in 2025 uitgevoerd in samenwerking met **EB Results**, via de stichting Hart voor Vesting Grolle. Zij verzorgden campagnes en online zichtbaarheid.

Daarnaast speelde vrijwilliger **Fiona Algera** een belangrijke rol in het dagelijks beheer van de socialmediakanalen (Instagram en Facebook), waarbij zij zorgde voor consistente en kwalitatieve communicatie.

Het museum werkt samen met diverse partners, waaronder:

- Gemeente Oost Gelre
- VVV en Achterhoek Toerisme
- Erfgoed Gelderland
- Collectie Gelderland
- Culturijs
- Slag om Grolle
- en diverse lokale en regionale organisaties

Deze samenwerkingen zijn essentieel voor het vergroten van het bereik en de positionering van het museum.

Ontwikkeling en reflectie

2025 was in veel opzichten een opstartjaar. Naast de succesvolle opening is er intensief gewerkt aan de verdere ontwikkeling van het museum.

Belangrijke aandachtspunten waren:

- verdere uitwerking van het educatieaanbod
- professionalisering van de website en online zichtbaarheid
- voorbereiding van nieuwe tentoonstellingen
- uitbreiding van faciliteiten zoals entree, kantoren en extra tentoonstellingsruimte

Hoewel het museum nog in ontwikkeling is, kan worden geconcludeerd dat het eerste jaar een **vliegende start** heeft gekend. De hoge bezoekerswaardering en betrokkenheid van vrijwilligers en partners vormen een sterke basis voor verdere groei.

Vooruitblik 2026

Voor 2026 ligt de focus op verdere groei en professionalisering. De belangrijkste doelen zijn:

- Groei naar **20.000 bezoekers per jaar**
- Lancering van de wisseltentoonstelling *“Dichtbij de oorlog”*
- Introductie van een educatiepakket voor basisscholen
- Oplevering van de nieuwe entree en kantoorruimtes
- Inrichting en ontsluiting van het documentatiecentrum
- Realisatie van een extra tentoonstellingsruimte
- Verdere professionalisering van de organisatie

Met deze ontwikkelingen zet het museum een volgende stap in het realiseren van zijn ambitie om uit te groeien tot een toonaangevend nationaal museum.