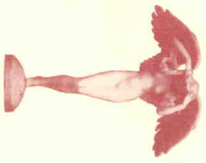
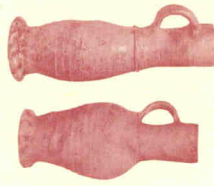


S M J K

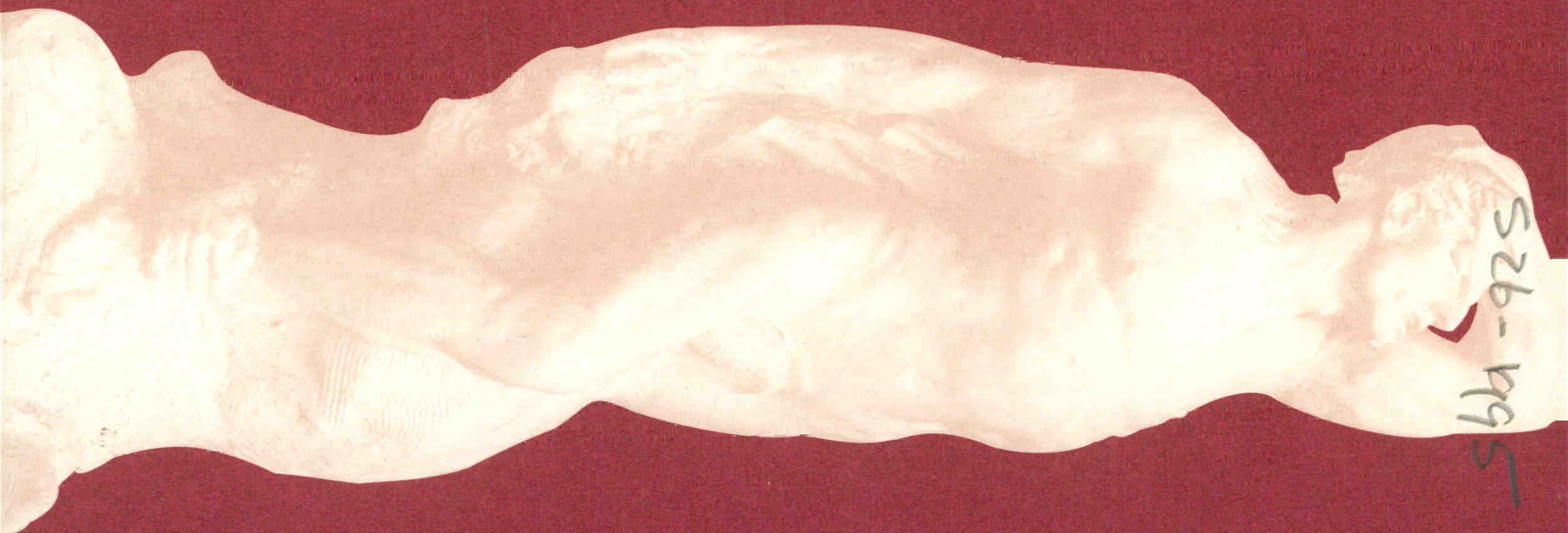
STICHTING

MUSEUM

JAARKAART



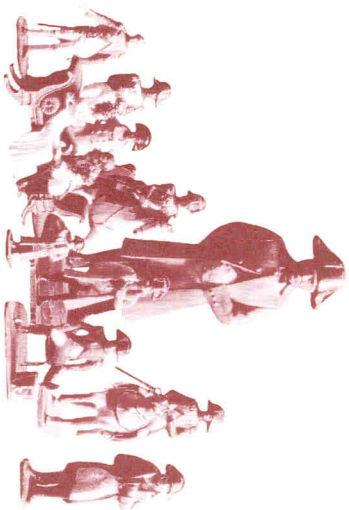
J A A R 1^V 9^E 9^R 5 S L A G



(060.555): 067.22: 069.11: 8.083

J A A R V E R S L A G

1 9 9 5



Voorwoord	5	Financieel Verslag	17
Bestuur en Personeel	6	• Balans & toelichting	17
Marketing en Dienstverlening	7	• Rekening van baten en lasten & toelichting	22
Samenvatting resultaten 1995	10	Accountantsverklaring/Colofon	26
Activiteiten 1995	11		
• Verkoop van de Museumjaarkaart	11		
• Promotie van museumbezoek	13		
• Dienstverlening aan musea en publiek	15		



V O O R W O O R D

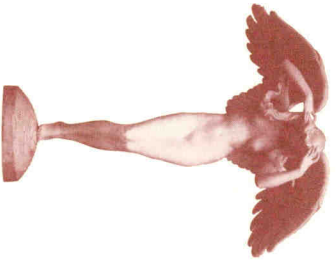
1995 laat zich kenmerken als een jaar van vele veranderingen. Veranderingen in de markt, veranderingen bij musea en niet in de laatste plaats veranderingen in de relatie tussen musea en de Stichting Museumjaarkaart.

Veranderingen waarop de musea en in het verlengde daarvan ook de Stichting Museumjaarkaart moeten inspelen om hun doelstellingen te kunnen realiseren. Veel van die veranderingen hebben te maken met de besteding van vrije tijd door consumenten. Niet alleen krijgt de consument meer vrije tijd door de ontwikkelingen in de arbeidsrelaties. Ook het aanbod om die vrije tijd te besteden is in 1995 weer diverser en uitgebreider geworden. En om die vrije tijd te besteden wordt niet alleen meer gekeken naar de mogelijkheden in het eigen land maar bovenal ook naar de ons omringende landen en zelfs wereldwijd. Opmerkelijk daarbij is de constatering in diverse onderzoeken dat de Nederlandse consument tijdens een vakantie in het buitenland twee maal zo vaak een museum bezoekt dan in Nederland. Dit gegeven biedt mogelijkheden om ook het bezoek aan Nederlandse musea nog verder te stimuleren. Uit de geregistreerde betalende bezoeken in Nederlandse musea blijkt een duidelijke stabilisatie van het aantal bezoeken in 1995 ten opzichte van de voorgaande jaren. Verheugend daarbij is de groei met bijna 15% van het aantal bezoeken door Museumjaarkaarthouders aan Nederlandse musea.

Motiverend is ook de waardering van Nederlandse musea voor het concept van de Museumjaarkaart. Begin 1995 zijn de resultaten van een grootschalige enquête onder musea over functie en functioneren van de Stichting Museumjaarkaart geanalyseerd en gerapporteerd. De uitkomsten maken duidelij-

lijk dat de Nederlandse musea in grote meerderheid de uitgangspunten en het concept van de Museumjaarkaart nog steeds ondersteunen en initiatieven van de Stichting Museumjaarkaart om meer bezoekers in musea te interesseren toelichten.

Op basis van de uitkomsten van de enquête, gesprekken met tientallen directies van musea en een inventarisatie van de ontwikkelingen in de markt is een beleid voor de periode 1996-2000 geformuleerd. Dit is aan de museumdirecties en het bestuur van de NMV gepresenteerd. In het beleid wordt de Stichting Museumjaarkaart in de komende jaren een volwaardige service-organisatie voor musea. Binnen het activiteitenkader van de Stichting Museumjaarkaart horen daarbij, naast uiteraard de verkoop van de kaart, zaken als permanent publieksonderzoek, een verdere uitbreiding van het kassasysteem, frequente rapportage over het gebruik van de kaart, overleg en gezamenlijke activiteiten met musea. Het realiseren van een nationale communicatie-infrastructuur met de Museumladder, Ster & Cultuur, Ster & Uit, Internet, Teletekst en de regelmatige inzet van lokale, regionale en landelijke media voor de deelnemende musea zorgen er daarbij voor dat de doelstelling van de Stichting Museumjaarkaart - meer bezoekers en meer bezoeken - wordt gerealiseerd.



Hans Bakker, voorzitter,
september 1996

31 december waren bij de SMJK werkzaam:
 de heer J.F.G. ter Braak, directeur
 mevrouw drs. C.M. Keijzer, publiciteit
 de heer R. Rijnders, automatisering
 de heer H. Winter, administrateur
 mevrouw N. Klein, secretaresse
 mevrouw S. Oosterveer, telefoniste

Bestuursamenstelling

Het bestuur is in het verslagjaar niet van samenstelling gewijzigd. Op 31 december 1995 bestond het bestuur van de Stichting Museumjaarkaart uit:

Drs. J. Bakker, voorzitter

De heer W.J.L. Paans, vice-voorzitter

Ir. E.J.A.V. Verschuuren, secretaris

De heer F. van Koetsveld, penningmeester

Mevrouw P.W. Kruseman, lid

Dr. G.D. van Wengen is erelid.

Bestuursvergaderingen

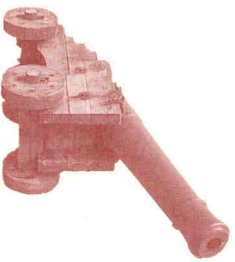
Het bestuur is in het verslagjaar 6 keer in vergadering bijeen geweest.

Personeel

In 1995 heeft mevrouw C. Schepers haar dienstverband beëindigd in verband met vertrek naar het buitenland. In haar plaats trad mevrouw S. Oosterveer op basis van een jaarcontract in dienst. Drs. J.W. van Veen heeft in februari de Stichting verlaten. In zijn plaats is de heer J.F.G. ter Braak als directeur a.i. benoemd. In oktober 1995 werd de interimperiode afgesloten en kwam de heer ter Braak in vaste dienst van de Stichting. In september trad de heer H. Winter in dienst als administrateur (arbeidsovereenkomst voor 20 uur per week). Daardoor kon de heer R. Rijnders zich volledig wijden aan de automatisering bij de Stichting.



M A R K E T I N G E N D I E N S T - V E R L E N I N G



Er heerst vaak grote verwarring en onduidelijkheid wanneer gesproken wordt over marketing. Marketing als filosofie en marketing als functie zijn in dat geval telkens opnieuw de invalshoeken van waaruit de discussie wordt gevoerd. Zolang er geen duidelijkheid is over de invalshoek van waaruit wordt gereideneerd zal er ook nooit overeenstemming kunnen zijn tussen de deelnemers aan de discussie. Eenzelfde opmerking kan gemaakt worden over dienstverlening. Dienstverlening als mentaliteit en dienstverlening als product zijn twee invalshoeken van waaruit je kunt discussiëren. En ook hierbij geldt: zolang je niet met elkaar afspreekt waarover je het hebt zal er spraakverwarring ontstaan.

Als Directeur van de SMJK en relatieve nieuwkomer in de museale sector, met een achtergrond in de marketing van diensten, heb je snel te maken met verschillende invalshoeken wanneer je praat met directies en medewerkers van musea. Maar ook heb je te maken met de verschillende definities wanneer je praat over de marketing van de Museumjaarkaart (MJK) en de functie van de Stichting.

Bij al die discussies helpt het om uit te gaan van het doel waarvoor je dingen doet en daarover is er wel overeenstemming in alle discussies. Zowel musea als de Stichting stellen zich ten doel om meer bezoekers (zowel uit Nederland als uit het buitenland) vaker het museum te laten bezoeken.

Vanuit die gemeenschappelijke basis is het mogelijk om gezamenlijk op te trekken en elkaar te helpen om dit doel te verwezenlijken. Vanuit de SMJK kunnen we activiteiten ontplooiën die een regionaal of nationaal karakter hebben en daar-

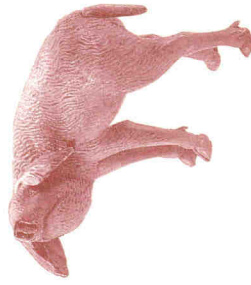


door voor musea een kader vormen om hun - veelal lokale - activiteiten op aan te laten sluiten. Andersom kunnen natuurlijk de activiteiten van de SMJK aansluiten en gebruik maken van de programma's die musea ontwikkelen. Daardoor ontstaat een wisselwerking die bezoekers en potentiële bezoekers attendeert op de aantrekkelijkheid van het gehele museale aanbod en die tegelijkertijd een schat aan ervaring oplevert waarvan zowel musea als de SMJK gebruik kunnen maken bij de marketing van hun dienstverlening.

Tegen deze achtergrond heeft de SMJK in het verslagjaar 1995 een beleid ontwikkeld voor de komende jaren waarmee de onveranderde statutaire doelstelling van de SMJK kan worden gerealiseerd.

Vanuit die doelstelling is als missie voor de organisatie geformuleerd "het bevorderen van de participatie door brede groepen van de bevolking, met een genormeerde kosten/baten verhouding voor musea".

Zoals bij elk meerjarig beleidsplan is die missie geformuleerd op basis van een gedeegen externe en interne analyse. Uit de externe analyse bleek dat weliswaar het aantal Nederlanders dat het museum bezoekt sinds 1975 met ca. 25% is gestegen, maar dat desondanks het aantal Nederlanders dat nooit of zeer incidenteel het museum bezoekt nog altijd ongeveer de helft van de bevolking betreft. Daarbij viel op dat vooral museumbezoek door jongeren daalt en dat in bijna de helft van de gevallen het motief om een museum te bezoeken van recreatieve aard is. De bezoekers zien in veel gevallen museumbezoek vooral als een vorm van vrije tijdsbesteding. Daarbij worden door deze recreatieve consumenten andere keuzecriteria gebruikt dan door bezoekers wier bezoekmotief vooral is gebaseerd op inhoudelijke belangstelling voor de



collectie van musea. Daarnaast blijkt uit de externe analyse en onderzoek naar de prijselasticiteit van museumbezoek dat de toegangsprijs van het museum slechts een van de zes factoren is die bepalend zijn voor de keuze om al dan niet naar het museum te gaan. Ook de kosten van het vervoer van en naar het museum en de tijd die de bezoeker verwacht aangenaam te kunnen doorbrengen zijn factoren die een belangrijke rol spelen in de keuze voor een museum als vorm van vrije tijdsbesteding. De andere factoren hebben vooral te maken met de mogelijkheden om informatie te krijgen. Informatie over het tentoongestelde en het belang daarvan en voorinformatie om te kunnen begrijpen wat er wordt tentoongesteld. Diverse onderzoeken tonen daarbij aan dat die informatie gemakkelijk toegankelijk en continu voorhanden moet zijn. Consumenten willen daar niet lang naar zoeken.

Onderzoek onder MJK-houders maakt duidelijk dat bijna de helft van alle kaarthouders de kaart één tot drie keer per jaar gebruikt. 30% van de kaarthouders bezoekt vier tot acht keer per jaar het museum met de MJK en het resterende gedeelte doet dat vaker dan acht keer; een enkeling zelfs bijna dagelijks. 86% van de MJK-houders vindt de kaart makkelijk in het gebruik en 91% vindt dat hij of zij daarmee bij voldoende musea binnen kan. Tenslotte geeft 66% van de kaarthouders aan informatie over musea te willen ontvangen. Uit een onderzoek uit januari 1996 blijkt verder dat 61% van de kaarthouders vaker naar het museum gaat dan voordat ze de kaart hadden aangeschaft. Een voornamelijk bron van informatie is de Museumladder. 64% van de kaarthouders kent en raadpleegt de tweeweekelijkse Museumladder.

De interne analyse, gebaseerd op gesprekken met directies en medewerkers van ca. 100 musea en de enquête onder musea, maakt ook een aantal zaken duidelijk. Op de eerste plaats is nagenoeg 90% van de musea tevreden met het bestaan van de

MJK en onderschrijft het merendeel van de musea het concept (gratis toegang) van de kaart. 85% van de musea is tevreden over het functioneren van het bureau maar een lager percentage (77%) is tevreden over de communicatie van de Stichting. Nagenoeg 90% van de musea is ook van mening dat de SMJK door moet gaan met de samenwerking met de Rabobank en in meerderheid zijn musea het ook eens met de directe kaartverkoop vanuit de Stichting en de collectieve verkoop van kaarten aan bedrijven. 71% van de musea vindt daarnaast dat de MJK in het buitenland verkocht moet worden en ruim 87% van de musea heeft aangegeven dat er niet meer verschillende kaartsoorten (gouden kaarten/passe-partouts e.d.) moeten komen.

Tenslotte levert de interne analyse ook informatie op over de toegevoegde waarde van de SMJK voor de deelnemende musea. Naast de vergoeding voor de verkoop van kaarten ontvangen de deelnemende musea een vergoeding (aandeel) ter compensatie van de gederfde inkomsten vanwege het kosteloos verlenen van toegang aan de kaarthouders. Omdat dit aandeel wordt uitgedrukt als een percentage van de gemiddelde toegangsprijs (die door musea autonoom kan worden aangepast en in veel gevallen jaarlijks sterker wordt verhoogd dan de prijs van de MJK) is een vergelijking over de jaren alleen mogelijk wanneer daarbij ook de veranderende toegangsprijs van het museum in oogenzichte wordt genomen. Een uitvoerige analyse van toegangsprijzen en bezoekersaantallen laat zien dat musea gemiddeld genomen bij 35% van de bezoeken de volledige toegangsprijs van de bezoeker ontvangen. In 10 tot 12% van de gevallen ontvangen musea hiervoor de vergoeding van de SMJK (1994: 65%) en in de overige gevallen (ca. 52% van de bezoeken) ontvangen musea gemiddeld een inkomen dat lager ligt dan de vergoeding die de SMJK geeft. Gemiddeld ontvangen musea in die gevallen 32% van de toegangsprijs als gevolg van de diverse kortingsreelingen en groepsprenten.



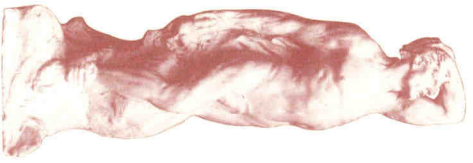
Naast het aandeel ontvangen musea een vergoeding in natura door de plaatsing in bruikleen van kassasystemen, ter compensatie van de gedeerde inkomsten ten gevolge van de kosteloze toegang voor MJK-houders.

Op basis van de externe en interne analyse en binnen het kader van de statutaire doelstelling en de missie van de Stichting Museumjakaart concentreert het beleid voor de periode 1996 - 2000 zich rond drie typen activiteiten:

- Niet-bezoekers motiveren tot museumbezoek.
- Museumbezoekers en niet-bezoekers motiveren tot aanschaf van de MJK.
- De daarmee opgedane kennis en ervaring terugleiden en delen met de deelnemende musea.

Het totale beleidsplan en de uitwerking daarvan in activiteiten en planningen is vervat in een brochure die de musea afzonderlijk ontvangen. In persoonlijke gesprekken met de directies en PR-medewerkers van de deelnemende musea zal het totale plan in de periode van een jaar worden besproken en toegelicht. Binnen de kaders van het beleid zullen de nationale activiteiten worden afgestemd op de activiteiten van musea en de activiteiten van musea worden meegenomen in de nationale activiteiten.

Door middel van de methodiek van relatiebeheer en samenwerking met musea en museale organisaties wordt bewerkstelligd dat de activiteiten zo nauwkeurig mogelijk op elkaar aansluiten en daardoor een zo maximaal mogelijk effect kennen.



J.F.G. ter Braak, directeur.

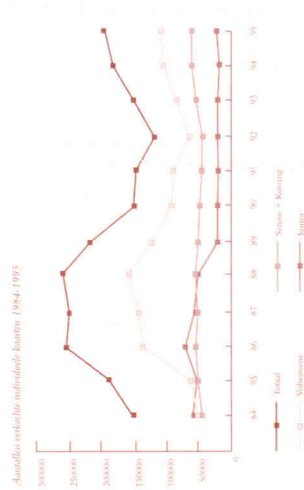
S A M E N V A T T I N G R E S U L T A T E N 1 9 9 5

Aantal kaarten

De al eerder ingezette stijging van de verkoop heeft zich ook in 1995 doorgezet. De verkoop van Museumjaar kaarten is met bijna 6% gestegen naar 193.231.

Aantal verkochte individuele kaarten 1984-1995

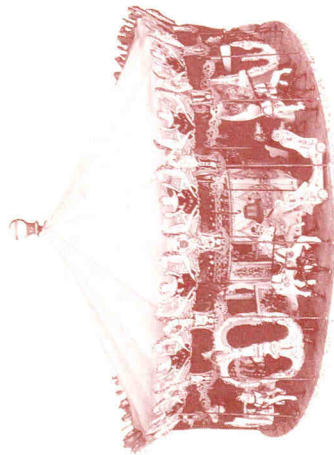
Volwassene:	114.759
Senior:	39.469
Vriend:	19.400
Junior:	19.603
Totaal:	193.231



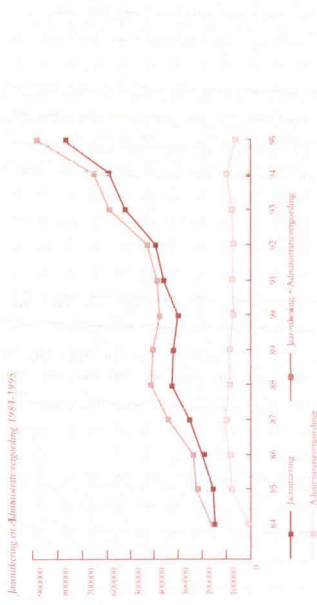
Opbrengst en te verdelen saldo

De bruto-opbrengst is met ruim 19% gestegen naar f 13.499.860 (1994: f 11.314.104). Door een lager kostenniveau van het bureau van de Stichting kon de totale uitkering aan musea met 23.7% stijgen naar f 9.449.902 (1994: f 7.638.425). Het bestuur heeft in haar vergadering van 14 juni 1996 besloten om dit bedrag ad f 9.449.902 aan de musea uit te keren. Het bedrag ad f 9.449.902 is als volgt opgebouwd:

Administratievergoeding	623.325	4,6%	645.515	5,7%
Jaaruitkering	8.543.847	63,3%	6.687.202	59,1%
Korting vrienden/personeel	282.730	2,1%	305.708	2,7%
Totaal uitkering	9.449.902	70,0%	7.638.425	67,5%



Jaaruitkering en Administratievergoeding 1984-1995

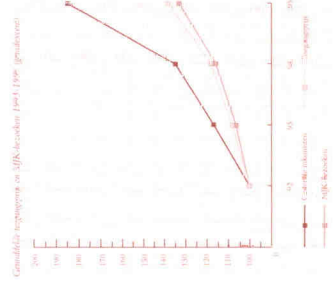


Toegangsprijs en gedeefde inkomsten

In 1995 zijn door musea de toegangsprijzen gemiddeld met 18.6% verhoogd. Tegelijkertijd is door de activiteiten van de SMJK het aantal bezoeken door Museumjaar kaarthouders toenomen. De combinatie van beide ontwikkelingen heeft er in 1995 toe geleid dat het totaal bedrag aan de musea gedeefde inkomsten is gestegen tot fl. 14.085.298,-.

Gemiddelde toegangsprijs en MJK-bezoeken 1992-1995

Toegangsprijs	MJK-bezoeken	Gedeefde inkomsten	
1992	5,13	1.497.096	7.680.102
1993	5,58	1.611.833	8.994.028
1994	5,98	1.728.626	10.335.707
1995	7,09	1.985.338	14.085.298



ACTIVITEITEN 1995

Doelstelling

De Stichting Museumjaarkaart stelt zich ten doel het bezoek aan de Nederlandse musea te bevorderen en herhalingsbezoek te stimuleren. De doelstelling is in 1995 nagestreefd door de volgende activiteiten:

- 1) Verkoop van de Museumjaarkaart
- 2) Promotie van museumbezoek
- 3) Dienstverlening aan musea en publiek

1. VERKOOP VAN DE MUSEUMJAARKAART

De verkoop van Museumjaarkaarten gaat via twee wegen:

- aan individuele kopers
- aan Europashouders van de Rabobank

Verkoop aan individuele kaarthouders

In 1995 zijn 193.231 Museumjaarkaarten individueel verkocht. Dit is een stijging van bijna 6% ten opzichte van 1994, toen 182.764 kaarten werden verkocht. De verdeling per kanaal was als volgt:



Met een Museumjaarkaart kun je er altijd even uit

	1995	1994	groei
Musea	122.939	129.328	-/ 4.9%
VVV's, AUB, NBT	19.770	22.374	-/ 11.6%
Verkopen SMJK	50.522	31.062	62.6%
Totaal	193.231	182.764	5.7%

Speciale verkoopacties

In samenwerking met diverse organisaties en bedrijven zijn verschillende acties ontwikkeld om de kaartverkoop direct te bevorderen; soms structureel, meestal éénmalig.

Trouw

Als gevolg van afspraken in de sponsovereenkomst met Trouw verscheen vier keer in 1995 een hele pagina over musea. Op deze Scala-pagina's kregen telkens een of twee musea de gelegenheid zich te profileren en met een speciaal aanbod voor Trouw-lezers te komen. Via een coupon op dezelfde pagina konden Trouw-lezers de Museumjaarkaart met korting bestellen. Hiervan is veel gebruik gemaakt: in totaal werden 6.595 Museumjaarkaarten besteld.

Air Miles

Vanaf de start van het Air Miles-systeem eind 1994 kunnen mensen ook sparen voor de Museumjaarkaart. Eind 1995 kwam dit goed op gang. De score in 1995: 5.929 Museumjaarkaarten.

KLM

KLM heeft een spaarsysteem voor internationale reizigers (Flying Dutchman programma). Door veel te vliegen kan men punten sparen voor cadeaus en extra service. Eén van de cadeaus is de Museumjaarkaart, die de KLM van de Stichting koopt. In 1995 zijn via het KLM Flying Dutchman programma 8.900 Museumjaarkaarten verkocht.

Diversen

Verschillende kleinere couponacties (Fretsídeeen-krant, Reizen, Afrika in Beeld, Veteranenblad, Plus, blad voor Audi-rijders) hebben 1.563 verkochte kaarten opgeleverd.

Verder zijn aan een aantal Museumjaarkaarhouders in het bestand, bedrijven, instellingen en scholen rechtstreeks kaarten verkocht, onder andere 550 Juniorkaarten aan het Stedelijk College, lokatie Pallas in Zoetermeer, dat alweer voor het vierde jaar Museumjaarkaarten voor alle leerlingen van de onderbouw bestelde. Ook het Haagse Maerlant Lyceum gaat meer aandacht aan museumbezoek besteden en bestelde ruim 130 Juniorkaarten voor alle leerlingen van de brugklas.

De indeling naar soorten verkochte kaarten:

	1995	1994
Junior	19.603	17.730
Volwassene*	114.759	105.394
Senior	39.469	37.285
Vriendenkaarten (incl. NMV-leden)	19.400	22.355
	193.231	182.764

* Inclusief kaarten met korting/kortere looptijd.



Databestand

Door acties waarbij mensen schriftelijk een Museumjaarkaart bestellen en door het insturen van de speciale verzekeringskaart wordt het database-bestand van Museumjaarkaarhouders gestaag opgebouwd. Momenteel bevat het bestand de adressen van ruim een kwart van alle Museumjaarkaarhouders. Zij krijgen een maand voordat hun kaart vervalt een herinnering. Zij kunnen schriftelijk hun Museumjaarkaart verlengen door middel van eenmalige incasso of zelf in een museum de kaart verlengen. Als ze schriftelijk reageren kunnen ze kiezen voor éénmalige of automatische

verlenging voor meerdere jaren, wat gratis een maand extra oplevert. Op deze manier vindt in elk geval bij een deel van de kaarthouders (ca. 10.000) aansluitende verlenging van de Museumjaarkaart plaats. Als mensen geen stimulans krijgen, wachten ze meestal met verlengen totdat ze weer eens naar een museum gaan en zo ontstaat een gat, dat zo veel mogelijk vermeden moet worden omdat het inkomstenderving betekent. Het is derhalve van belang dat het bestand sneller wordt uitgebreid. In het beleidsplan 1996-2000 zijn verschillende activiteiten opgenomen om dit doel te bereiken.

De Europas van de Rabobank

Op 31 december 1995 was het aantal Raborekeninghouders met een Europas gestegen met ruim 7% ten opzichte van 1994. Per uitgegeven Europas van de Rabobank ontvangt de SMJK een vaste vergoeding. Daarnaast ontvangt de Stichting een variabel bedrag dat is gekoppeld aan de bezoekcijfers met de Europas.

In het verslagjaar heeft bij de Rabobank een volledige conversie van passen plaatsgevonden. De aparte Rabo-museumjaarkaart bestaat niet meer en heeft plaats gemaakt voor de Europas zelf. Aan de achterzijde van de Europas staat het MJK-logo vermeld, ten teken dat de Europas tevens Museumjaarkaart is.

2. PROMOTIE VAN MUSEUM - BEZOEK

Aantal bezoeken met de Museumjaarkaart:

	1993	1994	1995
Individuele kaarthouders	1.082.017	1.217.546	1.457.234
Rabo-Europashouders	529.816	511.080	528.104
	1.611.833	1.728.626	1.985.338

Het aantal bezoeken van individuele Museumjaarkarthouders steeg in 1995 met 19,6% ten opzichte van 1994. Rabo-Europashouders gingen iets vaker naar het museum dan het jaar ervoor. Hun totaalbezoek steeg licht met 3,3%. Per saldo steeg het aantal bezoeken door Museumjaarkarthouders met 14,9%.

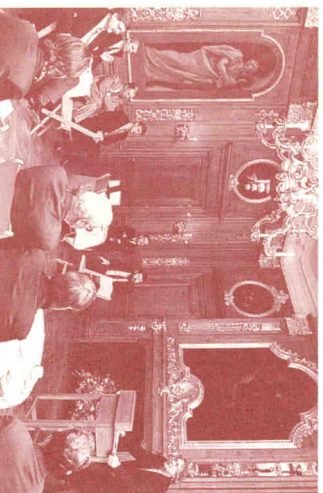
Beleidsplan

In het verslagjaar is een nieuw beleidsplan voor de periode 1996 - 2000 geschreven, dat in december door de directeur in zes bijeenkomsten in het land en in individuele gesprekken, is toegelicht aan vertegenwoordigers van deelnemende musea. Met de uitvoering van dit beleidsplan - dat voor de komende

vijf jaar is bedoeld - zal vanaf april 1996 gestart kunnen worden. In 1995 is mede hierdoor geen ingrijpend gewijzigd promotiebeleid gevoerd.

Samenwerking met Rabobank Nederland intensiever

Al sinds 1990 kunnen Europashouders van de Rabobank gratis naar musea dankzij de overeen-



komst van de Stichting Museumjaarkaart met Rabobank Nederland. Een unieke en bijzondere samenwerking, die de afgelopen jaren een beetje in de luwte stond. Bij beide partijen leefde de wens om meer te doen met de mogelijkheden van deze omvangrijke overeenkomst. Uitgangspunt voor beide partijen is meer mensen in contact brengen met ons cultureel erfgoed. De Rabobank voelt zich van oudsher betrokken bij de Nederlandse samenleving, waar ons culturele erfgoed de weerslag van is. De Rabobank vindt het belangrijk dat iedereen de mogelijkheid moet hebben om van de rijkdom van ons cultureel erfgoed te genieten. De Museumjaarkaart is bij uitstek een geschikt middel hiervoor. De Stichting Museumjaarkaart vindt precies hetzelfde. Zij beijert zich om het museumbezoek te bevorderen, met name bij mensen die niet of nauwelijks naar musea gaan. De samenwerking tussen Rabobank Nederland en de Stichting Museumjaarkaart is belangrijk voor beiden. Daarom is ze intensiever geworden en spreken we nu van partnership. Er wordt frequenter en efficiënter overlegd om op verschillende fronten de voordelen van de samenwerking zichtbaarder te maken en vaker gezamenlijk naar buiten te treden. In het verslagjaar is een begin gemaakt door de 2 miljoenste Europashouder feestelijk te onthalen, waarbij staatssecretaris Nuis van Cultuur de positieve effecten van de samenwerking loofde. Deze gezamenlijke bijeenkomst vond plaats in het Mauritshuis op 11 december.

Trouw

In het verslagjaar is een sponsorcontract voor twee jaar getekend met het dagblad Trouw. In dit contract is afgesproken dat een aantal activiteiten wordt georganiseerd waar (de klanten van) beide partijen voordeel bij hebben, zoals de uitgave van de Museumweekendkrant door Trouw, de Scala-pagina's met gratis aandacht voor musea en een aanbod voor Trouw-lezers, een aanbod van Trouw aan Museumjaarkarthouders. Verder is er naamsvermelding op de uitingen van de Stichting Museumjaarkaart.

Nationaal Museumweekend

Het Museumweekend had geen thema in 1995. In een enquête eind 1994 had de meerderheid van de musea te kennen gegeven geen thema meer te willen omdat het hen teveel zou binden. Om toch iets gemeenschappelijks te kunnen communiceren werd gekozen voor een motto: Ga eens naar een ander museum.



Museumweekendkrant

Er was voor de tweede keer een speciale Museumweekendkrant, deze keer uitgegeven door Trouw. Met een redactioneel gedeelte, advertenties en een overzicht van alle musea die aan het Museumweekend deelnamen met hun activiteiten. De Museumweekendkrant werd in een oplage van ruim 350.000 verspreid over musea, VVV's en bibliotheken, waar mensen hem gratis mee konden nemen. Bovendien vormde de krant 1 week voor het Museumweekend de culturele bijlage van Trouw.

Media

Veel artikelen verschenen in de landelijke en regionale dagbladen, maar feitelijk van toon en minder in aantal dan in 1994, toen we met een duidelijk thema werkten. Een thema als rode draad zet kennelijk meer aan tot inspirerende artikelen over cultureel erfgoed en musea in het algemeen. Er waren de nodige radio-interviews en gelukkig besteedden zowel het NOS-journaal, het Jeugdjournaal en het RTL4-nieuwsbulletin aandacht aan het Museumweekend. In het hele land was de opvallende gele affiche-met-verkeersbord te zien in verlichte Abri/Mupi reclamezuilen. In musea, VVV's en bibliotheken, waar de Museumweekendkrant gratis verkrijgbaar was, hingen dezelfde affiches.

Resultaat

Het Museumweekend van 1995 trok 800.000 bezoekers. Minder

dan het topjaar 1994, dat ruim 950.000 bezoekers telde. Het weer was een spelbreker. Op beide dagen en vooral 's zondags was het zomers weer en verkozen velen het terras boven een museum. Desondanks waren wij zeker niet ontevreden, omdat nog altijd 2 tot 3 keer meer bezoekers dan in een normaal weekend hun weg naar een museum hadden gevonden. Het feit dat tweederde van de musea gratis toegang verleende, speelt hierbij een belangrijke rol.

Gids Nederland Museumland 1995

Sinds 1988 wordt deze museumgids in samenwerking met uitgeverij Inmerc (Wormer) op de markt gebracht. Jaarlijks wordt de gids in een nieuwe uitgave verkocht in een oplage van 40.000. Nederland Museumland is te koop in de erkende boekhandel, VVV- en ANWB-kantoren en musea. De gids is tevens in diverse akties met korting aangeboden in combinatie met de Museumjaarkaart.

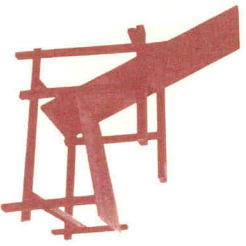
Museumladder

Elke twee weken verschijnt de Museumladder in vier landelijke dagbladen: 's woensdags in NRC Handelsblad en Parool en donderdags in Trouw en de Volkskrant. De Museumladder is vooral een tentoonstellingsoverzicht. Elk museum kan adverteren; de millimeterprijs wordt bepaald volgens een speciaal tarief. De niet-MJK-musea die adverteren worden met een sterretje aangeduid. De Museumladder verschijnt onder auspiciën van de Stichting Museumjaarkaart. Uit een recent onderzoek bleek dat 65% van de Museumjaarkaarthouders de keuze om een museum te bezoeken baseert op de informatie uit de Museumladder.

Museummagazine Vitrine

De Stichting Museumjaarkaart was nauw betrokken bij de oprichting van Vitrine in 1988. Hoewel deze betrokkenheid in financiële zin volgens contract is opgehouden wordt er nog





maandelijks samengewerkt. Museumjaarkaarthouders krijgen korting op een abonnement op Vitrine. In 1995 was dat f 12,50 op de abonnementsprijs van f 85,00. In elk nummer schrijft de Stichting een halve pagina over musea die zich pas bij de Museumjaarkaart hebben aangesloten.

TV-programma 'Prettig Weekend'

Van januari t/m april werd op vrijdagen om 19.00 uur het cultuureel-toeristische AVRO-TV-programma Prettig Weekend uitgezonden. Als tips kwamen ook musea voor de camera. De Stichting was mede-financier en derhalve vertegenwoordigd in de redactieraad van het programma. Het programma is in mei 1995 door de AVRO beëindigd.

3. DIENSTVERLENING AAN PUBLIEK EN MUSEA

Publiek

Veel mensen uit de meest uiteenlopende beroepsgroepen (leraren, journalisten, beleidsambtenaren, televisiemakers, marketeers) en veel particulieren waaronder Museumjaarkaarthouders komen bij de Stichting Museumjaarkaart terecht met vragen over musea en de statistieken hierover. Verreweg de meeste vragen kunnen worden beantwoord. Verder worden gestolen of defacte Museumjaarkaarten op het bureau vervangen à f 7,50 per kaart. Voor degenen die een verzekeringskaart hebben ingevuld, is deze service gratis. Klachten over musea of over de gids Nederland Museumland worden op het bureau behandeld, indien nodig in overleg met de musea.

Met de verdere opbouw van het adresbestand zal de dienstverlening aan kaarthouders een stuk groter worden en zullen nieuwe activiteiten binnen de kaders van het nieuwe beleid

ertoe bijdragen dat meer Nederlanders informatie krijgen over de aantrekkelijkheid van het museum.

Kassaregistratie-apparatuur

In 1994 is de SMJK een contract aangegaan met de firma Weldata voor de levering van kassa-apparatuur. In 1995 bleek dat de firma Weldata de aangegane verplichtingen niet kon nakomen en de uitlevering van systemen slechts met grote moeite kon realiseren. Medio 1995 werd duidelijk dat de firma Weldata noodgedwongen surséance van betaling moest aanvragen. Vanwege de moeizame relatie en het wankele bestaan van de firma Weldata is door de SMJK besloten om de verdere ontwikkeling van het systeem te realiseren met een genomen meerdere organisatie. Na een uitvoerige evaluatie van de drie meest vooruitstaande bedrijven in deze sector is daarbij in november een overeenkomst aangegaan met de firma ICL uit Maarsse.

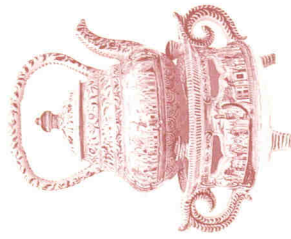
De projectmedewerker die eerder was aangetrokken voor de begeleiding van de ontwikkeling van de verbeterde versie van de kassaregistratie-apparatuur is ook in 1995 voor SMJK werkzaam geweest. Naast adviserend werk en projectmanagement heeft hij in februari een aantal cursussen verzorgd voor kassamedewerkers en administrateurs van musea die 's winters dicht zijn en nog niet met de nieuwe apparatuur hadden gewerkt. Voorts was hij nauw betrokken bij de keuze van de nieuwe leverancier eind 1995.

De grens voor musea om in aanmerking te komen voor kassaregistratie-apparatuur in bruikleen hangt samen met de hoogte van de uitkering. De grens is f 10.000. Musea die een uitkering van f 25.000 of meer ontvangen, hebben -indien nodig- recht op twee kassaregistratiesystemen in bruikleen.

Voor kleinere of nieuwe musea bestaat de mogelijkheid om



-delen van de apparatuur zelf aan te schaffen. De Stichting betaalt dan f 1.000 als tegemoetkoming. Zodra een museum de grens van f 10.000 aan uitkering bereikt, neemt de Stichting de apparatuur -minus afschrijvingskosten- over. In 1996 zal dit beleid worden geëvalueerd en indien nodig aangepast om nog beter tegemoet te kunnen komen aan de verschillende wensen van musea.

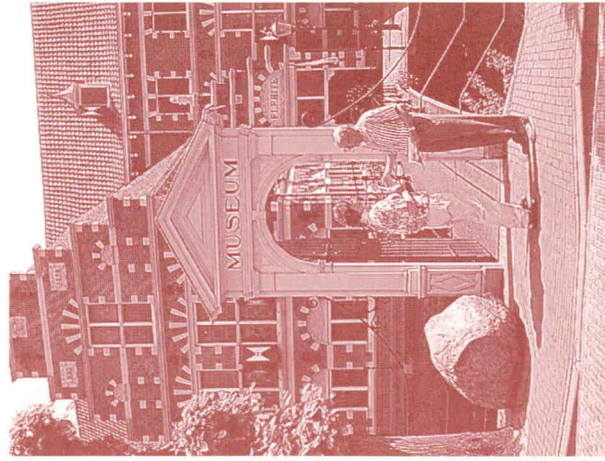


Deelname musea

Musea die zich willen aansluiten bij de Stichting Museumjaarkaart moeten aan een aantal voorwaarden voldoen: gratis toegang verlenen aan houders van de Museumjaarkaart en minimaal zes maanden per jaar, vijf dagen per week voor het publiek geopend zijn. Als leidraad geldt ook de ICOM-definitie en verder vindt meestal overleg plaats met de provinciale museumconsulenten.

In 1995 hebben zich veertien musea aangemeld:

Tilburg: Nederlands Textielmuseum
 Huizen: Huizer Museum Het Schoutenhuis
 Huizen: Bakkerijmuseum
 Slagharen: Het Oalemeestershûs
 Terschuur: Oude Ambachten- en Poppenmuseum
 Ootmarsum: Openluchtmuseum Los Hoes
 Giethoorn: Boerderij 't Olde Maat Uus
 Stellendam: Expo Haringvliet
 Amsterdam: De Oude Kerk
 Schoonhoven: Nederlands Museum van Knipkunst
 Amstelveen: Cobra Museum
 Nieuw-Buinen: Keramisch Museum Goedewaagen
 Rotterdam: Museum Schepen uit Verre Landen
 Amersfoort: Stichting Mondriaanhuis



Acht musea hebben hun deelname per 1 januari 1995 beëindigd:

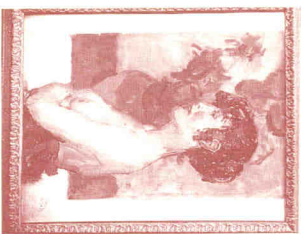
Nederlands Filmmuseum (stopte museale activiteiten)
 Kasteelruïne, Valkenburg
 Streekmuseum/Anton Pieckmuseum, Hattem
 Sorgdragermuseum in Hollum, Ameland
 Museum Swartwoude in Buren, Ameland
 Poldermuseum, Heerhugowaard
 Bezoekerscentrum Slabroek, Uden
 Stichting Freriks, Winterswijk

Op 31 december 1995 waren 426 musea aangesloten bij de Stichting Museumjaarkaart en verleenden gratis toegang aan Museumjaarkaarthouders. In 316 musea wordt de Museumjaarkaart ook verkocht (24 hiervan zijn voor iedereen gratis toegankelijk). De overige 110 musea, veelal seizoensmu-
 sea, verkopen de kaart niet maar verlenen uiteraard wel gratis toegang aan kaarthouders.

BALANS PER 31 DECEMBER 1995

(na verwerking voorstel verdeling exploitatieresultaat)

	1995	1994
(in guldens)		
Vaste Activa		
Materiële Vaste Activa		
Hardware registratiesysteem	948.185	1.100.699
Software registratiesysteem	310.370	229.409
Verbouwing en inrichting	19.327	6.278
Kantoormeubilair	29.818	24.760
Hard/Software bureau	138.510	141.807
	<u>1.446.210</u>	<u>1.502.953</u>
Vloттende Activa		
Uit te geven Museumjaarkaarten	121.307	350.286
Vorderingen op korte termijn		
Debiteuren	1.892.602	1.648.514
Overige vorderingen en overlopende activa	2.335.068	69.073
	<u>4.348.977</u>	<u>2.067.873</u>
Liquide Middelen	2.211.851	3.553.085
TOTAAL ACTIVA	<u>8.007.038</u>	<u>7.123.911</u>
Eigen Vermogen		
Algemene reserve	300.000	300.000
Gereserveerd saldo	1.842.324	1.813.273
	<u>2.142.324</u>	<u>2.113.273</u>
Schulden op korte termijn		
Uit te keren exploitatie-overschot	5.463.585	4.226.570
Crediteuren	283.322	447.604
Overige schulden en overlopende passiva	117.807	336.464
	<u>5.864.714</u>	<u>5.010.638</u>
TOTAAL PASSIVA	<u>8.007.038</u>	<u>7.123.911</u>



GRONDSLAGEN VAN WAARDERING EN RESULTAATBEPALING

De materiële vaste activa zijn gewaardeerd tegen historische uitgaafprijs verminderd met de lineaire afschrijving, gebaseerd op de verwachte gebruiksduur van de activa. De voorraad uit te geven Museumjaar kaarten is gewaardeerd tegen historische uitgaafprijs verminderd met de lineaire afschrijving gebaseerd op een verwachte gebruiksduur van 3 jaar. Vorderingen, liquide middelen en schulden zijn gewaardeerd op nominale waarde. Op de activa zijn, waar nodig, voorzieningen in mindering gebracht. De baten en lasten zijn toegerekend aan het jaar waarop zij betrekking hebben. De kortingskaarten en gratis verstrekte kaarten worden gewaardeerd tegen de normale verkoopprijs. De verleende korting is een component van het te verdelen saldo aan de musea. Voor vergelijkingsdoeleinden zijn de cijfers van 1994 aangepast.

TOELICHTING OP DE BALANS PER 31 DECEMBER 1995

Vaste Activa

STAAT VAN MATERIËLE VASTE ACTIVA PER 31 DECEMBER 1995

	Hardware Registratie- Systeem	3 jaar	Software Registratie- Systeem	3 jaar	Kantoor- meubilair en inrichting	10 jaar	Hardware/ software bureau	3 jaar	Totaal
Afschrijvingstermijn									
Stand per 31 december 1994:									
Historische uitgaafprijs	4.509.744		258.276		119.470		235.014		5.122.504
Cumulatieve afschrijvingen	(3.409.045)		(28.867)		(88.432)		(93.207)		(3.619.551)
Boekwaarde 31 december 1994	1.100.699		229.409		31.038		141.807		1.502.953
Mutaties 1995:									
Investerings	299.825		200.464		37.768		62.636		600.693
Afschrijvingen	452.339		119.503		19.661		65.933		657.436
Saldo mutaties 1995	(152.514)		80.961		18.107		(3.297)		(56.743)



	Hardware Registratie-System	Software Registratie-System	Kantoor-meubilair en inrichting	Hardware/software bureau	Totaal
Stand per 31 december 1995:					
Historische uitgaatprijs	4.653.149	458.740	157.238	222.065	5.491.192
Cumulatieve afschrijvingen	(3.704.964)	(148.370)	(108.093)	(83.555)	(4.044.982)
Boekwaarde 31 december 1995	948.185	310.370	49.145	138.510	1.446.210

In 1995 heeft een desinvestering plaatsgevonden met een historische aanschafwaarde van f 232.005, welke geheel is afgeschreven. Deze desinvestering betreft voor f 156.420 hardware voor het registratiesysteem en houdt verband met het nieuw geïmplementeerde MJK-systeem. Daarnaast is er voor f 75.585 aan hard- en software voor het bureau gedesinvesteerd.

Wloftende Activa (in guldens)

Uit te geven Museumjaarkaarten

121.307

De Rabobank-Museumjaarkaarten zijn volledig afgeschreven en gedesinvesteerd. Deze zijn vervangen door Europas/Rabo-kaarten die de Rabobank in eigen beheer uitgeeft.

Vorderingen op korte termijn (in guldens)

Debiteuren 1995

1.994.607

Af: voorziening dubieuze debiteuren

(102.005)

Stand per 31 december 1995

1.892.602

Overige vorderingen en overlopende activa (in guldens)

Nog te factureren

2.244.486

Vooruitbetaalde bedragen

17.606

Te ontvangen intrest

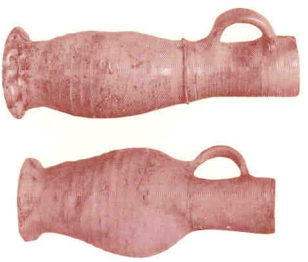
51.151

Waarborgsommen

21.825

Stand per 31 december 1995

2.335.068





Het nog te factureren bedrag betreft voor f 2.058.588 de afrekening met de Rabobank inzake de Europas/Rabo-kaart. Met de bank is afgesproken na afloop van het boekjaar aan de hand van bezoekersaantallen en het gemiddelde aantal Europas/Rabo-kaarthouders een eindafrekening te maken.

Liquide Middelen

De liquide middelen zijn voor een bedrag ad f 1.500.000 vastgelegd op een deposito tegen een rentepercentage van 3.2%. Het deposito loopt af in januari 1996.

EIGEN VERMOGEN

Algemene Reserve

De algemene reserve ad f 300.000 is gevormd teneinde bij eventuele calamiteiten de verplichtingen te kunnen voldoen. In 1995 hebben geen dotaties en onttrekkingen aan de algemene reserve plaats gevonden. In 1996 zal worden onderzocht of deze reserve moet worden uitgebreid in verband met de toegenomen bedrijfsactiviteiten.

Gereserveerd Saldo
(in guldens)

Stand per 31 december 1994	1.813.273
Extra onttrekking t.b.v. uitkering 1994	(121.857)
Dotatie 1995	150.908
Stand per 31 december 1995	1.842.324

Uit te keren Exploitatie-overschot
(in guldens)

Te verrekenen saldo 1995	9.449.902
Uitkering voorschot 1e halfjaar	3.080.262
Administratievergoedingen musea	623.325
Kortingen MIJ-Vr.	282.730
	3.986.317

Stand per 31 december 1995

5.463.585

NIET UIT DE BALANS BLIJKENDE VERPLICHTINGEN**Rabobank**

De Stichting heeft de Coöperatieve Centrale Raiffeïssen Boerenleenbank B.A. toestemming gegeven om vanaf 1991 Museumjaar kaarten aan haar Europashouders te verstrekken. De Rabobank betaalt jaarlijks een vast bedrag per verstrekte kaart. Daarboven wordt door de Rabobank aan de Stichting een vergoeding betaald op basis van het gebruik door de Rabobank-Museumjaar kaarthouders tegen een nader te bepalen gemiddelde toegangsprijs. De overeenkomst geldt tot en met 31 december 1998.

Huurcontract

Het pand aan de Groen hazengracht te Leiden is door de Stichting gehuurd tot en met 31 maart 1996. Dit brengt een verplichting met zich mee van f 21.300.

Dagblad Trouw

Het dagblad Trouw betaalt jaarlijks f 275.000 aan de Stichting ten behoeve van promotionele activiteiten. De Stichting is met dagblad Trouw overeengekomen dat de Stichting jaarlijks f 50.000 aan advertenties zal plaatsen, het Museumweekend jaarlijks organiseert en het dagblad Trouw naamsvmelding geeft op onder andere alle Museumjaar kaarten.

Immerc

De Stichting is met Immerc B.V. de verplichting aangegaan in de periode 1995 tot en met 1999 de gids "Nederland Museumland" ten minste drie keer onder gezamenlijk auteursrecht uit te brengen. De vergoeding die de Stichting per uitgave dient te betalen is f 106.500.

ICL Sorbus

De Stichting heeft een service-overeenkomst gesloten met ICL Sorbus. Dit houdt in dat er een responseggarantie door ICL wordt gegeven voor 186 musea voor de periode van 15 november 1995 tot 15 november 1996 à f 360 per museum. De totale verplichting bedraagt f 66.960.



REKENING VAN BATEN EN LASTEN 1995

S M J K

	1995	1994
<i>(in guldens)</i>		
OPBRENGSTEN		
Opbrengsten verkoop Museumjaarkaart	7.464.460	6.468.349
Opbrengsten Nederland Museumland	26.586	(42.635)
Opbrengsten partners/sponsorovereenkomsten	5.792.802	4.599.402
Opbrengsten liquiditeitenbeheer	216.012	288.988
TOTALE OPBRENGSTEN	13.499.860	11.314.104
LASTEN		
Lasten t.b.v. verkoop Museumjaarkaarten		
Afschrijving kaarten	254.154	608.897
Kosten afhandeling kaarten	114.935	73.827
Afschrijving apparatuur musea	571.841	1.132.178
Kosten onderhoud, helpdesk en verzekering apparatuur musea	234.046	272.736
Promotiekosten	772.397	633.300
	1.947.373	2.720.938
Bureaulasten		
Huisvestingskosten	87.576	49.353
Personeelskosten	658.410	652.033
Kantoorkosten	366.199	332.226
Advieskosten	412.650	187.345
Overige Bureaukosten	61.775	105.365
Overige Baten en Lasten	365.067	4.123
	1.951.677	1.330.445
TOTALE LASTEN	3.899.050	4.051.383
Te verdelen saldo	9.600.810	7.262.721
Totaal uitkering	9.449.902	7.638.425
Gereserveerd saldo	150.908	(375.704)



TOELICHTING OP DE REKENING
VAN BATEN EN LASTEN 1995

OPBRENGSTEN VERKOPEN MUSEUMJAARKAART

	Prijzen Museumjaarkaart		
	<i>(in guldens)</i>		
	1995	1994	1/11 - 31/12
Junior	15,00	15,00	15,00
Volwassen	45,00	40,00	45,00
Senior	32,50	25,00	32,50
Vriend	45,00	40,00	45,00

Verkopen per distributiekanaal

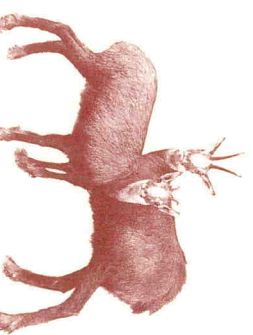
	<i>(in aantallen)</i>		
	1995	1994	Toe/afname (in %)
Musea	122.939	129.328	-/ -4,94
VVV-kantoren/NBT/AUB	19.770	22.374	-/ -11,64
Bureau*	50.522	31.062	62,65

* Incl. kaarten met korting/kortere looptijd

Verkopen naar soort

	<i>(in aantallen)</i>		
	1995	1994	Toe/afname (in %)
Junior	19.603	17.730	10,56
Volwassen*	114.759	105.394	8,89
Senior	39.469	37.285	5,86
Vriend	19.400	22.355	-/ -13,22

* Incl. kaarten met korting/kortere looptijd



Omzet naar soort

	<i>(in guldens)</i>		
	1995	1994	Toe/afname (in %)
Junior	294.045	265.945	10,57
Volwassen	5.164.155	4.346.982	18,80
Senior	1.282.743	1.059.286	21,10
Vriend	873.000	931.760	(6,31)
	7.613.943	6.603.973	15,29
Af: Kaarten met korting/ kortere looptijd	(149.483)	(135.624)	10,22
	7.464.460	6.468.349	15,40

LASTEN

	1995	1994
<i>(in guldens)</i>		
Promotiekosten		
Advertenties	265.931	313.545
Promotie via tv	108.390	52.693
Marktonderzoek en advies	5.639	28.411
Kortingen	145.845	170.439
Overige promotiekosten	246.592	68.212
	<u>772.397</u>	<u>633.300</u>

De promotiekosten via tv zijn met name gestegen door de productie van 'stills' die in het kader van Ster en Cultuur worden uitgezonden. De overige promotiekosten zijn gestegen door de aanschaf van nieuw promotiemateriaal.

Personeelskosten

Salarissen en sociale lasten	558.344	608.246
Wervingskosten	47.000	0
Uitzendkrachten	45.613	42.169
Overige personeelskosten	7.453	1.618
	<u>658.410</u>	<u>652.033</u>

De wervingskosten hebben betrekking op het aantrekken van de nieuwe directeur.

Kantoorkosten

Afschrijvingskosten	85.594	29.252
Telefoon/verzendkosten	188.590	177.576
Diverse kantoorkosten	92.015	125.398
	<u>366.199</u>	<u>332.226</u>

De stijging van de afschrijvingskosten wordt veroorzaakt door investeringen die ultimo 1994 hebben plaats gevonden waarop in 1995 voor het eerst een geheel jaar wordt afgeschreven.

Advieskosten

Accountantskosten	35.490	28.000
Automatiseringsondersteuning	187.613	64.463
Administratieve bijstand	11.487	60.350
Juridisch en beleids-advisering	178.060	34.532
	<u>412.650</u>	<u>187.345</u>

De juridische advieskosten zijn gestegen in verband met de juridische afwikkeling van de samenwerking tussen Weidata en de Stichting Museumjaarkaart. De stijging van de automatiseringsondersteuning houdt verband met de installatie van nieuwe kassa-registratiesystemen.



LASTEN

(in guldens)

1995

1994

OVERIGE BATEN EN LASTEN

Overige Baten

Vrijval nog te ontvangen facturen
 Aanvulling afrekeningen voorgaande jaren
 Overige baten
 Totaal overige baten

75.023
 0
 71.423
 146.446

45.543
 21.753
 185.260
 252.556

Overige lasten

Afboeking voorraadverschillen
 Afboeking oninbare vorderingen
 Toevoeging voorziening dubieuze debiteuren
 Overige lasten
 Totaal overige lasten

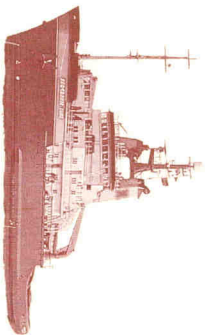
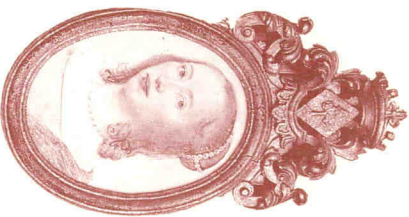
206.600
 186.196
 60.000
 58.717
 511.513

0
 0
 216.000
 40.679
 256.679

Totaal overige baten en lasten

365.067

4.123



In de overige baten is een bedrag van f 51.700 opgenomen dat is gerealiseerd door de verkoop van oude registratie-apparatuur.
 In 1995 is een bedrag ad f 186.196 met betrekking tot vorderingen uit de periode 1992-1994 en een bedrag ad f 206.600 met betrekking tot niet-gefactureerde voorraadverschillen 1994 door de directie van de SMJK oninbaar verklaard en ten laste van het resultaat over 1995 gebracht.

Daarnaast is aan de voorziening een bedrag van f 60.000 toegevoegd in verband met de mogelijke oninbaarheid van de openstaande vorderingen per 31 december 1995.

Accountantsverklaring

op 31 december 1995 en van het resultaat over 1995 in overeenstemming met algemeen aanvaarde grondslagen voor financiële verslaggeving.

Opdracht

Wij hebben de jaarrekening 1995 van Stichting Museumjaarkaart te Amsterdam gecontroleerd. De jaarrekening is opgesteld onder verantwoordelijkheid van het bestuur van de Stichting. Het is onze verantwoordelijkheid een accountantsverklaring inzake de jaarrekening te verstrekken.

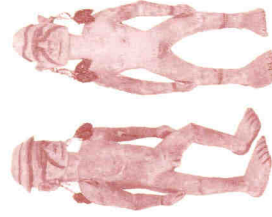
Den Haag, 14 juni 1996

Werkzaamheden

Onze controle is verricht overeenkomstig algemeen aanvaarde richtlijnen met betrekking tot controle-opdrachten. Volgens deze richtlijnen dient onze controle zodanig te worden gepland en uitgevoerd, dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de jaarrekening geen onjuistheden van materieel belang bevat. Een controle omvat onder meer een onderzoek door middel van deelwaarnemingen van informatie ter onderbouwing van de bedragen en de toelichtingen in de jaarrekening. Tevens omvat een controle een beoordeling van de grondslagen voor financiële verslaggeving die bij het opmaken van de jaarrekening zijn toegepast en van belangrijke schattingen die het bestuur van de Stichting daarbij heeft gemaakt, alsmede een evaluatie van het algehele beeld van de jaarrekening. Wij zijn van mening dat onze controle een deugdelijke grondslag vormt voor ons oordeel.

Oordeel

Wij zijn van oordeel dat de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de grootte en de samenstelling van het vermogen



KPMG Accountants N.V.

Colofon

Uitgave: Stichting Museumjaarkaart
Eindredactie: Hans ter Braak, Carla Keijzer
Foto's: Fotoburo Jeroen de Jong, Den Haag
(uitreiking 2 miljoenste Rabo-Europashouder)
Vormgeving: Data Gold, Moordrecht
Druk: Veldwijk-van Loon Grafische Bedrijven B.V.,
Waddinxveen

Stichting Museumjaarkaart
Prins Hendriklaan 12
1075 BB Amsterdam
Tel.: (020) 670 11 11
Fax: (020) 670 11 10

