

SMJK Jaarverslag 2001

STICHTING
MUSEUM
JAARKAART



wassene

IBVSS

MJK

USEUM jaarkaart




naam *Servaas Hensen*
geboortedatum *21.03.1957*

wassene

IBVSS

MJK

USEUM jaarkaart



naam *Sunda Boersen*
geboortedatum *24.10.1953*

volwassene

Boekmanstichting - Bibliotheek
Herengracht 415
1017 BP Amsterdam
Tel. 6243739

IBVSS

MJK

USEUM jaarkaart



naam *Max Meijer*
geboortedatum *27.11.1959*

wassene

IBVSS

MJK

USEUM jaarkaart



naam *Caroline Bunnig*
geboortedatum *12.01.1960*

wassene

IBVSS

MJK

USEUM jaarkaart



naam *Stevijn van Heusden*
geboortedatum *10.01.1945*

wassene

IBVSS

MJK

USEUM jaarkaart



naam *Jan Verheij*
geboortedatum *19.04.1940*

wassene

IBVSS

MJK

USEUM jaarkaart



naam *Koen van Veen*
geboortedatum *06.12.1972*

wassene

IBVSS

MJK

USEUM jaarkaart



naam *Jaap Oudejans*
geboortedatum *16.06.1937*

Woord vooraf	4
Doelstelling	5
Bestuur	6
Bureau	6
Communicatie	7
Nieuwsbrieven	7
smjk.nl	7
Bijeenkomst museumdirecteuren	8
Aangesloten in 2001	9
Museumjaarkaart	10
50% museumkorting	10
Museumbezoek	11
Partnerships	12
SponsorBingo Loterij	12
Rabobank Nederland	14
Nederlandse Spoorwegen	16
Promotie musea	17
Nationaal Museumweekend	17
Gids Nederland Museumland	18
Museum.nl en Museumjaarkaart.nl	18
Marketingondersteuning	19
Museumstatistiek	19
MuseumMonitor®	20
Museumbezoek jongeren	21
Verkort financieel jaarverslag	22
Balans per 31 december 2001	22
Rekening baten en lasten 2001	24
Toelichting	26
Accountantsverklaring	29
Colofon	30

WOORD VOORAF

Bij het samenstellen van dit jaarverslag is het jaar 2002 al over de helft. Veel van de in 2001 ingezette activiteiten hebben een vervolg gekregen en er wordt volop gewerkt aan nieuwe plannen en inzichten. Twee ontwikkelingen zijn van belang om alvast te vermelden.

Ten eerste de voorgenomen integratie van de Nederlandse Museumvereniging (NMV) met de Stichting Museumjaarkaart. Op de algemene ledenvergadering van de NMV op 27 mei 2002 heeft een ruime meerderheid ingestemd met het voornemen dat de stichting de beleidsverantwoordelijkheid voor de Museumjaarkaart, de collectieve promotie en de marketingondersteuning overdraagt aan de vereniging en dat beide organisaties in elkaar worden geschoven.

Ten tweede de herpositionering van de Museumjaarkaart. Het is helder dat de huidige kaart een nieuwe impuls nodig heeft om aantrekkelijk te blijven. De MJK moet meer worden dan alleen een entree-instrument, zowel voor de aangesloten musea als voor het publiek. Momenteel wordt een plan uitgewerkt om de MJK meer inhoud en meer emotionele lading te geven.

In dit jaarverslag kijken wij terug op de meest in het oog springende gebeurtenissen van 2001. Met veel dank voor de inzet van het bestuur, de medewerkers en onze partners Rabobank, NS en de SponsorBingo Loterij.

Amsterdam, september 2002

E.M.A. (Lies) Boelrijk
directeur



DOELSTELLING SMJK

De SMJK stelt zich ten doel het bezoek aan de Nederlandse musea te bevorderen. Het accent ligt hierbij op verbreding van het publiek door de activiteiten te richten op mensen met een latente interesse voor musea en ze een stimulans te geven daadwerkelijk naar het museum te gaan.

De SMJK zet de volgende middelen in:

- Museumjaarkaart
- 50% museumkorting voor houders van Europas en NS-abonnement
- Vouchers SponsorBingo Loterij
- Nationaal Museumweekend
- Internetsite Museum.nl
- TV-programma Avro's Museumgasten
- Gids Nederland Museumland
- Generieke promotiecampagnes i.s.m. partners NS en Rabobank



Tevens ondersteunt de SMJK de musea in hun marketingactiviteiten met:

- MuseumBezoek.nu, kwartaalberichten museumbezoek
- Individuele rapportages per museum
- Ontwikkeling MuseumMonitor[®]

De SMJK ontvangt geen subsidie. Rabobank Nederland, de Nederlandse Spoorwegen en de SponsorBingo Loterij zijn de vaste partners van de SMJK.

BESTUUR

In 2001 is Eric. J. Fischer afgetreden als bestuursvoorzitter. Hij is opgevolgd door het zittende bestuurslid Jan C. Verheij. Als adviseur is Paul Postma aan het bestuur toegevoegd, directeur van Paul Postma Marketing Consultancy. Op 31 december 2001 was het bestuur als volgt samengesteld:

Jan C. Verheij , voorzitter	Voormalig lid Raad van Bestuur SNS Reaal Groep
Drs Daniëlle H.A.C. Lokin* , vice-voorzitter	Directeur Gemeente Musea, Delft
Max W. Meijer , secretaris	Directeur Museum voor Moderne Kunst Arnhem
Jaap F. Oudejans RA , penningmeester	Voormalig lid Raad van Bestuur Ernst & Young
Stevijn van Heusden , lid	Directeur Stedelijk Museum Amsterdam
Mr Tom R. Ottervanger , lid	Partner Allen & Overy Advocaten
Kees van Twist* , lid	Directeur Groninger Museum
Drs K. Arnout Weeda* , lid	Directeur Zuiderzeemuseum Enkhuizen

* tevens lid van het bestuur van de Nederlandse Museumvereniging

BUREAU

Per 1 juni 2001 heeft Ciska Nestra na vijf jaar het secretariaat van de SMJK verlaten. In augustus is Servaas Hensen in dienst getreden als hoofd financiën. Hij verving Nicolet van der Kuur. Caroline Bunnig bekleedt sinds 1 september een nieuwe functie voor communicatie en public relations. Eind 2001 waren 7 personen in dienst voor 6,4 fulltime eenheden (fte's). De vacature op het secretariaat werd de rest van het jaar met tijdelijke medewerkers ingevuld.

Lies Boelrijk , directeur (0,8 fte)	Jeroen Branderhorst , marketing & productontwikkeling*
Caroline Bunnig , communicatie & pr (0,8 fte)	Servaas Hensen , financiën*
Carla Keijzer , promotie musea*	Carolien Molenaar , financiën (0,8 fte)
Secretariaat/klantenservice, vacature*	Koen van Veen , kassabeheer & marketing*

* 1 fte

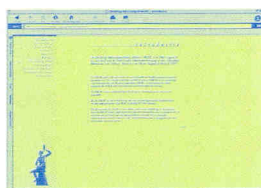
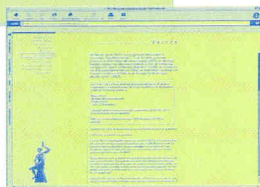
NIEUWSBRIEVEN

De Nieuwsbrief is een uitgave van de SMJK met informatie voor aangesloten musea over de activiteiten van de stichting en berichten voor museummedewerkers over de MJK, de MJK-registratiesystemen en financiële mogelijkheden. De Nieuwsbrief wordt door het bureau van de SMJK zelf samengesteld en is in 2001 vijf keer verschenen (nummers 9 t/m 13). De Nieuwsbrief is integraal te vinden op www.smjk.nl.



SMJK.NL

De website www.smjk.nl geeft algemene informatie over doel, activiteiten en partners van de SMJK. Tevens zijn de spelregels omtrent de MJK en uitkering over bezoeken opgenomen. In 2001 is een beveiligd deel toegevoegd voor de aangesloten musea om de mogelijkheid te geven bepaalde zaken online af te wikkelen zoals voorraadopgaves, recapitulatie-overzichten, inschrijvingen voor het Museumweekend en gebruikersinstructies voor het MJK-registratiesysteem. Ook de Nieuwsbrieven en het jaarverslag zijn te vinden in het beveiligde deel. Om toegang te krijgen hebben alle aangesloten musea in 2001 een gebruikersnaam en wachtwoord gekregen.



Op de inmiddels historische datum van 11 september 2001 organiseerde de SMJK een bijeenkomst met een aantal museumdirecteuren om te discussiëren over de hernieuwde samenwerking met Rabobank Nederland en NS Reizigers. De discussie had het karakter van een tussentijdse evaluatie en bood gelegenheid om ideeën uit te wisselen over een effectievere inzet van de door Rabobank en NS gealloceerde budgetten ter promotie van de musea. Hoofdconclusie was dat de promotie niet algemeen branchegericht moet zijn in de trant van 'ga eens naar het museum', maar liever specifiek gericht op één of enkele musea, het liefst actiematig. Aan het effect van massacommunicatie werd algemeen getwijfeld. De musea gaven aan veel meer te zien in specifieke doelgroepgerichte activiteiten door de partners voor hun klanten.

Verder werd gesproken over de ontwikkeling van het museumbezoek en de MJK. Het op peil houden van het museumbezoek is een zorg is van de gehele sector, zo constateerde men. Het museum als 'product' moet aantrekkelijk blijven en daar zijn de musea zelf verantwoordelijk voor, in samenwerking met hun collega's. De relatie van musea tot de MJK kan het beste omschreven worden als een haat-liefdeverhouding. Iedereen was het eens over het belang en de verdienste van een kaartproduct voor de museumsector. Aan de andere kant frustreren de MJK en de partnerships soms ook de mogelijkheden van individuele musea. De SMJK moet een antwoord zien te vinden op deze spanning. Eind 2001 is begonnen met het uitwerken van verbeteringen van de kaart tot een waardevoller instrument voor musea en publiek.



AANGESLOTEN IN 2001



Nieuw aangesloten musea in 2001

Aardenburg: Bezoekerscentrum 't Zwin

Amsterdam: Huis Marseille

Amsterdam: Persmuseum

Broek op Langedijk: Broeker Veiling

Frederiksoord: Museum De Koloniehof

Lelystad: Sportmuseum Olympion

Meliskerke: Zijdemuseum

Sloten: Stedhûs Sleat

Utrecht: Aboriginal Art Museum

Opgeheven/uitgestapt in 2001:

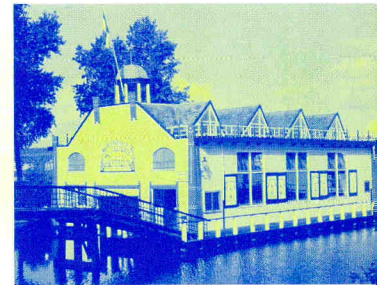
Dedemsvaart: Historische Vereniging Avereest

Lievelde: AVOG's Crash Museum

Utrecht: Centraal Museum

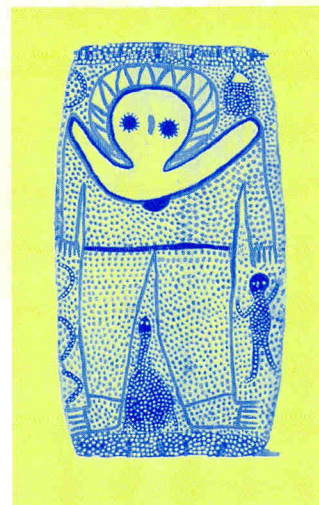
Wolvega: Oudheidkamer Weststellingwerf

Zwolle: Museum De Stadshof



Op 31 december 2001 telde de

SMJK 443 aangesloten musea



Lily Karadedda, Wandjina, 1996

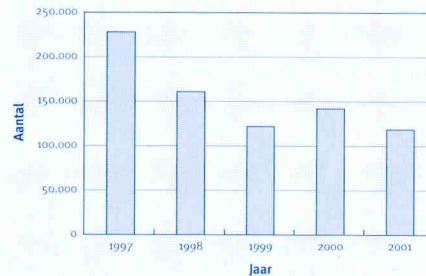
MUSEUMJAARKAART



Het aantal verkochte Museumjaarkaarten daalde in 2001 van 142.000 naar 121.000. De verwachting dat door de invoering van de 50% museumkorting voor NS-klanten een deel van de voormalige MJK-houders terug zouden komen is niet uitgekomen, een aantal verkoopacties en een promotiecampagne rond de MJK ten spijt.

Er zijn 21.000 Museumjaarkaarten minder verkocht dan in 2000. De oorzaak ligt in het feit dat de Rabobank in 2000 de Museumjaarkaart met korting heeft aangeboden aan haar klanten. Deze actie leverde destijds 20.000 verkochte kaarten op.

Aantal verkochte MJK's



50% MUSEUMKORTING

Eind 2001 waren ruim 6,4 miljoen passen met 50% museumkorting in omloop: circa 5,3 miljoen Euro- en jongerenpassen van de Rabobank en ruim 1,1 miljoen passen van NS-abonnees op een NS-Jaarkaart, OV-Jaarkaart of Voordeel-urenkaart.

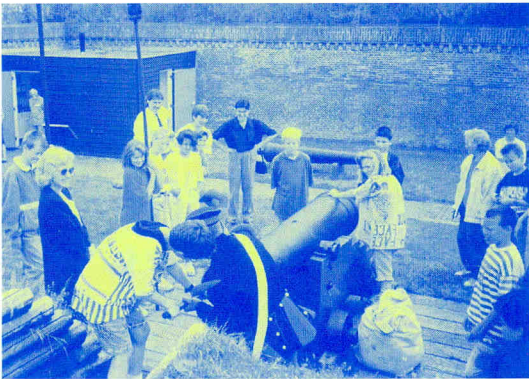


50% museumkorting
met deze pas

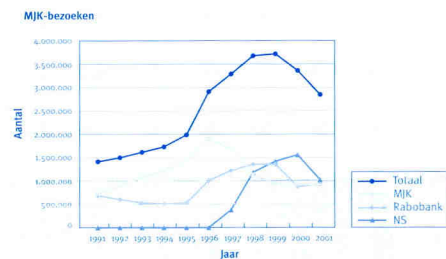
MUSEUMBEZOEK

Het museumbezoek is in 2001 redelijk stabiel gebleven.

De 440 SMJK-musea hebben gezamenlijk ruim 12 miljoen bezoeken geteld. Het aandeel hierin dat via de SMJK binnenkwam - met MJK of NS- en Rabopas met 50% museumkorting - is met 2.850.000 bezoeken bijna 24%. Het bezoek door NS-pashouders is sinds de invoering van 50% museumkorting fors teruggelopen met 34%: van 1,5 miljoen naar 1 miljoen bezoeken.



De daling van het totaal bezoek met reguliere MJK, Europas en NS-passen is voor een groot deel toe te schrijven aan de gewijzigde regeling voor NS-passen, die per 1 januari 2001 geen gratis toegang meer bieden, maar 50% korting. Vanwege de lagere verkoop is het bezoek met de reguliere MJK ook enigszins gedaald.



PARTNERSHIPS

SPONSORBINGO LOTERIJ

In februari van dit verslagjaar kwam het verheugende bericht dat de SMJK was toegelaten tot de kring van beneficiënten van

de SponsorBingo Loterij (SBL). De SBL beschouwt het als haar opdracht om het maatschappelijke en culturele welzijn in de Nederlandse samenleving te verbeteren.

Uit de netto-opbrengst van 2000 - totaal f 66,8 miljoen - ontving directeur Lies Boelrijk tijdens het Goede Doelen Gala op 27 maart in het Cobra Museum een cheque met de indrukwekkende waarde van f 5 miljoen van voorzitter Simon Jelsma. De SMJK bevindt zich als beneficiënt in goed gezelschap van onder meer het Nieuwe Rijksmuseum, Van Gogh Museum, Mauritshuis, Kröller-Müller Museum, Cobra Museum, Joods Historisch Museum, Hermitage aan de Amstel, Nederlands Sportmuseum Olympion, Concertgebouw, maar ook Humanitas, Fonds Slachtofferhulp Nederland, Nationaal Epilepsie Fonds, Jantje Beton en Doe een Wens Stichting Nederland. Een overzicht van alle goede doelen is te vinden op www.sponsorbingoloterij.nl.

**Sponsor
LOTERIJ**



Tijdens het Goede Doelen Gala op 27 maart 2001 krijgt SMJK-directeur Lies Boelrijk uit handen van Simon Jelsma, voorzitter van de SponsorBingo Loterij, een cheque ter waarde van f 5 miljoen.

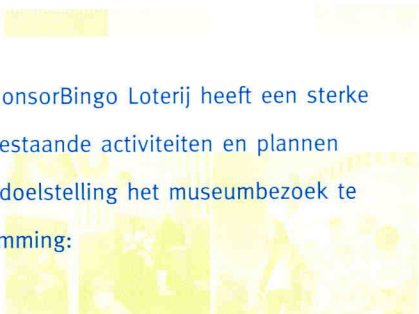


De bijdrage van de SponsorBingo Loterij heeft een sterke impuls gegeven aan bestaande activiteiten en plannen ter realisering van de doelstelling het museumbezoek te bevorderen. Een opsomming:

- Voucheractie voor deelnemers SBL (in 2002 totaal 600.000 vouchers)
- Ontwikkeling, uitbreiding en onderhoud Museum.nl
- Televisieprogramma 'Museumgasten', uitzendingen voorjaar 2002
- Uitbreiding promotie Museumweekend
- Ontwikkeling marketingondersteuning/MuseumMonitor®
- Versterking/herpositionering MJK, inclusief verkoopacties, uitvoering in 2002
- Speciale acties/arrangementen bij enkele musea voor deelnemers SBL.

In een overeenkomst tussen de SMJK en de SBL is vastgelegd dat de SMJK tot en met 2003 beneficiënt is en drie achtereenvolgende jaren kan rekenen op een bedrag uit de netto-

opbrengst. De hoogte van het bedrag is niet gegarandeerd, want afhankelijk van het resultaat van de SponsorBingo Loterij. Van elk verkocht lot is 60% bestemd voor de goede doelen.



Spoorwegmuseum, Utrecht



Nederlands Textielmuseum, Tilburg



In het tweede jaar van de gewijzigde samenwerking met Rabobank Nederland is veel gedaan aan stimulering van museumbezoek en samenwerking tussen lokale banken en musea. Het budget 'in natura' van € 1,3 miljoen is onder meer besteed aan een uitgebreide landelijke campagne en het televisieprogramma 'Wegwezen' c.q. 'Uitkompas' van de Tros.

Landelijke campagne

De landelijke campagne met gezinnen en kinderen als doelgroep was erop gericht mensen met een latente interesse voor musea een duwtje in de rug te geven. In de campagne lag de focus op de boodschap '50% museumkorting met de Europas van de Rabobank'. In de beelden voor abri's, een drievoudige artikelenserie in huis-aan-huisbladen (oplage 4 miljoen) en radiospotjes speelde de doelgroep ook een rol. De campagne was in het voorjaar en najaar van 2001 te zien en te horen.

Lokale samenwerking

Rabobank en SMJK hebben in de gezamenlijke uitgave 'Museumlink' zowel musea als banken geïnformeerd over de mogelijkheden tot samenwerking, met veel voorbeelden. Het resulteerde in 34 nieuwe gehonoreerde samenwerkingsinitiatieven tussen banken en musea.

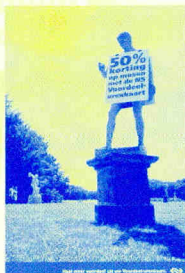
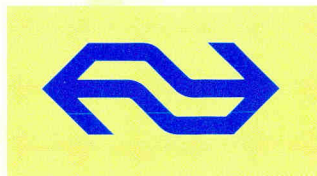
Leerlingen van diverse scholen in Krimpen a/d IJssel hebben hun favoriete voorwerp uit het museum uitgekozen en in een eigentijdse omgeving gefotografeerd. Het resultaat was te zien in de Rabobank.



NEDERLANDSE SPOORWEGEN

Per 2001 is de samenwerking met NS gewijzigd: alle kaarthouders krijgen nu – evenals de Europashouders van de Rabobank - 50% museumkorting in plaats van gratis toegang. In september en november liep in het kader van de nieuwe overeenkomst een landelijke printcampagne om de musea en 50% museumkorting te promoten. Dit waren affiches in stationsabri's, in treinen en advertenties in 22 tijdschriften.

Een en ander geschiedde onder de noemer 'Haal meer voordeel uit uw Voordeeluren-kaart'.



Het bezoek aan aangesloten musea door NS-pashouders is aanzienlijk gedaald sinds de omzetting van gratis toegang naar 50% korting. In 2000 bezochten ruim 1,5 miljoen NS-pashouders de aangesloten musea. In 2001 daalde dit met 34,6% naar ruim 1 miljoen bezoeken. De overeenkomst loopt tot en met 2005.





Lezers van 'U' kregen f 9,50 korting op het boek 'Toon Hermans Levenskunstenaar'.

Magazine 'U'

In het Rabo-klantenmagazine U, dat zes keer per jaar verschijnt met een oplage van 2,5 miljoen, is systematisch aandacht besteed aan musea en exposities. Tevens kregen enkele musea ruimte om iets extra's te bieden voor de Europashouder. Op de website van de Rabobank - met twee miljoen views per jaar - is een vaste pagina opgenomen met informatie over de sponsorprojecten en een link naar www.museumjaarkaart.nl.

Tros TV

In 26 afleveringen op zondagochtend van het Trosprogramma Wegwezen, later Tros Uitkompas geheten, zijn dankzij de bijdrage van de Rabobank 31 musea met filmpjes van 6 minuten aan bod gekomen. In de rubriek tips van hetzelfde programma zijn bijna 100 musea en/of tentoonstellingen onder de aandacht gebracht van gemiddeld 120.000 kijkers per aflevering en nog een keer zoveel bij de herhalingen op zondagavond.

Nieuw logo

In september 2001 is de Rabobank gestart met de vervanging van de Europassen. Op achterzijde wordt het MJK-logo vervangen door het Museumtempeltje en 50% museumkorting. Het duurt een aantal jaar voordat alle 5,3 miljoen passen zijn vervangen. Bij de nieuwe Europas krijgt men een folder waarin het nieuwe logo wordt toegelicht. Het bezoek met de passen van de Rabobank is ten opzichte van 2000 gestegen met 5,6% van 875.000 naar 927.000 in 2001. De overeenkomst loopt tot en met 2004.



PROMOTIE MUSEA

21-22 april 2001

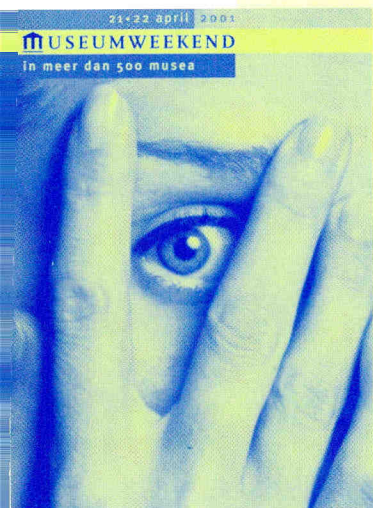
MUSEUMWEEKEND
in meer dan 500 musea

Naast de museumpromotiecampagnes van Rabobank en NS hebben de volgende activiteiten plaatsgevonden:

NATIONAAL MUSEUMWEEKEND

Op 21 en 22 april vond voor de 20^e keer het Nationaal Museumweekend plaats met als thema 'Even te zien'. Met dit thema gingen wij in op de door de staatssecretaris uitgedragen wens van collectiemobiliteit en openen van de depots. Veel musea vertaalden dit door 'even' hun depots open te stellen of bijzondere depotstukken op zaal te zetten. De sfeer in alle musea was uitstekend, het bezoek wat minder dan voorgaande jaren door de mkz-crisis en het mooie weer.

Dankzij de bijdrage van de SponsorBingo Loterij werd het mogelijk de publiciteit voor het Museumweekend flink uit te breiden. Dit resulteerde in een grootschalige promotiecampagne in de huis-aan-huisbladen, een uitbreiding van affiches in Abri's in het hele land en radiospotjes op de grootste commerciële en publieke zenders plus alle regionale zenders. Op de speciale website www.museumweekend.nl was het volledige overzicht van de deelnemende musea en hun speciale activiteiten te vinden.



De enige complete museumgids van Nederland, editie 2002, verscheen half november 2001 in een oplage van 35.000. Voor het eerst bevatte de gids een apart katern met 20 toonaangevende Vlaamse musea.



MUSEUM.NL EN MUSEUMJAARKAART.NL

Het bestaande plan voor een uitgebreide museale startpagina (portal) kon met de bijdrage van de SponsorBingo Loterij in één keer worden gerealiseerd. In mei zijn de eerste stappen gezet en in november van dit verslagjaar was de site www.museum.nl operationeel en klaar voor de testfase tot en met januari 2002. De officiële lancering heeft in maart 2002 plaatsgevonden.

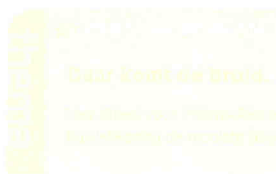
De site heeft drie peilers:

1. Een museumpagina met informatie over elk museum in Nederland en een link met de site van het museum.
2. Een actuele tentoonstellingsagenda
3. Informatie over museumevenementen.

De site is ontworpen en gebouwd door Eden Design en Zappwerk. De site vormt een unieke portal die als enige toegang geeft tot alle musea in Nederland. Het concept laat zich samenvatten in de begrippen herkenning, verrijking en gemak. Voor het actueel en levendig houden van de site heeft de SMJK een internetredactie aangesteld.

Geef je mening over de nieuwste museumsite!

museum.nl



De website museumjaarkaart.nl biedt informatie over de MJK en de aangesloten musea. Men kan de MJK en de gids Nederland Museumland online bestellen. De site werd in 2001 92.187 keer bezocht, waarbij men 248.061 pagina's bekeek. Via de site zijn een kleine 1.400 MJK's en ruim 200 gidsen Nederland Museumland verkocht. Museumjaarkaart.nl wordt in 2002 geïntegreerd in museum.nl.



MARKETINGONDERSTEUNING

MUSEUMSTATISTIEK



In 2000 is deze activiteit toegevoegd aan het rijtje middelen dat de SMJK inzet om haar doelstelling van marketingondersteuning voor musea te realiseren. In 2000 en in het verslagjaar is vooral achter de schermen gewerkt aan logistieke en technische structuren die er voor kunnen zorgen dat de SMJK daadwerkelijk ondersteunende producten en diensten kan verlenen.

In oktober 2001 is een opmaat verschenen voor de 'MuseumBezoek.nu', een kwartaalbericht dat de ontwikkelingen van het museumbezoek bij in eerste instantie de aangesloten SMJK-musea laat zien. De bezoekgegevens die de SMJK van alle aangesloten musea ontvangt zijn op verschillende manieren geordend, zodat een variatie in analyses mogelijk is. In 2002 wordt gestart met de officiële en frequente publicatie van 'MuseumBezoek.nu' met museumstatistieken.

Medio 2001 zijn de SMJK en de NMV MuseumMonitor® gestart, een systeem voor continu publieksonderzoek. Aanleiding was onder andere het verschijnen van het rapport 'Minder & Meer, inzake publieksbereik hedendaagse kunst en musea' en de brochure 'Mogelijkheden publieksonderzoek rijks gesubsidieerde musea'. NMV en SMJK constateerden dat er weliswaar veel onderzoek wordt gedaan, maar dat desondanks weinig bekend is over de museumbezoeker en dat gegevens zeer slecht met elkaar vergeleken kunnen worden.



Het doel van de MuseumMonitor® is een nauwkeurig en vergelijkbaar beeld te krijgen van het Nederlandse museumpubliek, zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin. De musea zullen dankzij de MuseumMonitor® niet alleen inzicht krijgen in de aard van hun eigen bezoekers, ook kunnen zij de omvang en samenstelling van hun eigen bezoek vergelijken met andere clusters van musea en op totaalniveau. Een belangrijk uitgangspunt is dat de MuseumMonitor® gebruik maakt van bestaande instrumenten, zoals het MJK-registratiesysteem en van bestaande ervaringen met gestandaardiseerd publieksonderzoek.

Op 17 september 2001 is een workshop georganiseerd waaraan diverse deskundigen van binnen en buiten het museumveld deelnamen. De resultaten van deze workshop zijn gebruikt voor het plan van aanpak, dat in 2002 tot uitvoering wordt gebracht en moet leiden tot de realisering van de MuseumMonitor®, begin 2003. De investeringen voor MuseumMonitor®, worden voor een belangrijk deel gedaan door de SMJK uit de bijdrage van de SponsorBingo Loterij. Tevens draagt het Gelders Oudheidkundig Contact bij aan de kosten van de pilot.

MUSEUMBEZOEK JONGEREN

In juli 2001 hebben de SMJK en NMV hun aangesloten musea respectievelijk leden vragen gesteld over het museumbezoek van jongeren. Zij wilden zicht krijgen op het individueel bezoek van jongeren en bezoek in schoolverband, alsmede gehanteerde toegangsprijzen. De resultaten zijn opgenomen in Nieuwsbrief nummer 13, oktober 2001. Een belangrijke constatering was dat de meeste musea niet goed kunnen aangeven hoeveel jongeren met welke toegangsregeling hun museum bezoeken. Veelal wordt het bezoek van jongeren niet apart geregistreerd, maar valt het onder gratis of groepsbezoek. Ook werd duidelijk dat musea die jongerenbezoek wel apart registreren, uiteenlopende leeftijdsgrenzen hanteren, waardoor het niet mogelijk is onderlinge vergelijkingen te maken. Met de ontwikkeling van MuseumMonitor® wordt ook gewerkt aan de harmonisering van de verschillende leeftijds- en tariefgroepen.



VERKORT FINANCIËEL VERSLAG

BALANS PER 31 DECEMBER 2001

(na verwerking voorstel exploitatiesaldo)

	2001	2000
(in euro's)		
Vaste Activa		
Registratiesystemen	565.911	1.066.376
Kantoormeubilair en inrichting	28.033	29.134
Hard-/software bureau	27.423	27.315
	<u>621.367</u>	<u>1.122.825</u>
Vlottende Activa		
Uit te geven Museumjaarkaarten	65.998	75.812
Vorderingen op korte termijn		
Debiteuren	513.290	451.514
Overige vorderingen en overlopende activa	1.104.590	457.248
	<u>1.617.880</u>	<u>908.762</u>
Liquide middelen	3.708.500	2.105.570
TOTALE ACTIVA	<u><u>6.013.745</u></u>	<u><u>4.212.969</u></u>

	2001	2000
Algemene reserve		
Algemene reserve	2.032.187	1.667.010
Schulden op lange termijn		
Lease-overeenkomst ING	19.382	75.344
Schulden op korte termijn		
Uit te keren aan musea	1.905.297	2.230.272
Lease-overeenkomst ING	55.961	52.825
Crediteuren	82.894	115.572
Vooruitontvangen bijdragen	1.819.860	0
Overige schulden en overlopende passiva	98.164	71.946
	<u>3.962.176</u>	<u>2.470.615</u>
TOTALE PASSIVA	<u>6.013.745</u>	<u>4.212.969</u>

REKENING BATEN EN LASTEN 2001

	2001	2000
(in euro's)		
OPBRENGSTEN		
Verkoop Museumjaarkaart	2.896.051	2.777.902
Bijdrage Rabobank	2.268.895	1.616.495
Bijdrage NS	1.981.069	3.311.713
SponsorBingo Loterij	449.041	0
Overige opbrengsten	90.704	181.158
TOTAAL OPBRENGSTEN	7.685.760	7.887.268
LASTEN		
Bureau en organisatiekosten	680.592	599.860
Directe kosten Museumjaarkaart	213.871	201.375
TOTAAL LASTEN	894.463	801.235
SALDO VOOR AANWENDING MUSEA	6.791.297	7.086.033

	2001	2000
AANWENDING MUSEA		
Netto uitkering musea	3.203.922	5.652.246
Kosten apparatuur musea	731.786	631.204
Promotie musea	2.475.142	1.219.497
Marketingondersteuning musea	<u>15.270</u>	<u>0</u>
TOTAAL AANWENDING MUSEA	<u>6.426.120</u>	<u>7.502.947</u>
EXPLOITATIESALDO	<u><u>365.177</u></u>	<u><u>-416.914</u></u>

TOELICHTING

ALGEMEEN

Met ingang van het jaar 2001 wordt volgens nieuwe richtlijnen gerapporteerd. Omwille van de vergelijkbaarheid met 2000 zijn de cijfers van dat jaar eveneens volgens die nieuwe interne richtlijnen gerubriceerd.

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. Omdat SMJK voornemens is de kassasystemen per 1 januari 2003 om niet over te dragen aan de geautomatiseerde musea, zijn de afschrijvingen op deze systemen aangepast. De per 1 januari 2001 hierop nog aanwezige boekwaarde, vermeerderd met eventuele investeringen, wordt in twee jaar afgeschreven. 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.

TOELICHTING OP DE BALANS PER 31 DECEMBER 2001

Algemene reserve

Het verloop van de algemene reserve is als volgt:

	2001	2000
Stand per 1 januari	1.667.010	2.028.169
Bij: uitkering voorgaand boekjaar	0	55.755
Onttrekking/dotatie aan reserve	<u>365.177</u>	<u>-416.914</u>
Stand per 31 december	<u><u>2.032.187</u></u>	<u><u>1.667.010</u></u>

De algemene reserve behoeft een minimale omvang van € 500.000 teneinde bij calamiteiten aan de lopende verplichtingen te kunnen voldoen. Tevens moet rekening worden gehouden met het op peil kunnen houden van de uitkeringen aan de musea in de komende jaren alsmede met productinnovaties.

TOELICHTING OP DE REKENING VAN BATEN EN LASTEN 2001

Aanwending ten behoeve van musea

	2001	2000
Bestedingen door		
Rabobank Nederland	1.525.369	1.083.945
Bestedingen door NS Reizigers	472.913	0
Nationaal Museumweekend	216.311	61.435
Museum.nl	222.730	0
Nationale Juniormuseumweek	5.741	46.032
Marketingondersteuning	15.270	0
Overige promotie stimulering		
museumbezoek	32.078	28.085
Afschrijving apparatuur musea	565.911	518.907
Kosten onderhoud en		
helpdesk apparatuur	165.875	112.297
	<u>3.222.198</u>	<u>1.850.701</u>
Uitkering aan musea	<u>3.203.922</u>	<u>5.652.246</u>
Aanwending ten behoeve van musea	<u><u>6.426.120</u></u>	<u><u>7.502.947</u></u>

Uitkering aan musea

Uitkering 2001	Uitkerings- percentage	Uitkering	Eigen bijdrage kaarthouder	SMJK en kaarthouder
MJK-bezoek	60,00%	2.388.577	0	2.388.577
Rabobankbezoek	10,00%	392.955	1.964.776	2.357.731
NS-bezoek	10,00%	<u>422.390</u>	<u>2.111.950</u>	<u>2.534.340</u>
Totaal 2001		<u><u>3.203.922</u></u>	<u><u>4.076.726</u></u>	<u><u>7.280.648</u></u>

Vanaf 2001 kunnen NS kaarthouders niet meer gratis het museum binnen. Voor hen geldt dezelfde regeling als voor bezoekers met een Rabopas. Zij krijgen toegang tot de aangesloten musea met 50% korting.

Uitkering 2000	Uitkerings- percentage	Uitkering	Eigen bijdrage kaarthouder	SMJK en kaarthouder
MJK- en NS-bezoek	57,50%	5.410.444	0	5.410.444
Rabobankbezoek	7,50%	<u>241.802</u>	<u>1.612.012</u>	<u>1.853.814</u>
Totaal 2000		<u><u>5.652.246</u></u>	<u><u>1.612.012</u></u>	<u><u>7.264.258</u></u>

Overige gegevens

BESLUIT AANWENDING EXPLOITATIESALDO

Het bestuur heeft in de vergadering van 31 mei 2002 besloten om € 6,43 miljoen aan te wenden ten behoeve van musea. Hiertoe wordt het overgrote deel van het voor aanwending bestemde saldo van € 6,79 miljoen gebruikt en wordt er € 365.177 aan de algemene reserve toegevoegd.

Over 2001 ontvangen de musea € 7,28 miljoen als gevolg van het MJK-bezoek; € 3,21 miljoen wordt door de stichting uitbetaald aan musea en € 4,07 miljoen hebben de musea rechtstreeks van het NS- en Rabobankbezoek ontvangen. Daarnaast besteedde de SMJK € 2,49 miljoen aan collectieve promotie en marketingondersteuning en vertegenwoordigde het MJK-registratiesysteem € 0,73 miljoen. De totale aanwending ten behoeve van de musea over 2001 loopt daarmee op tot € 6,43 miljoen (€ 7,5 miljoen) in 2000.

ACCOUNTANTSVERKLARING

Wij hebben het verkort financieel verslag 2001 van Stichting Museumjaarkaart te Amsterdam gecontroleerd. Het verkort financieel verslag is ontleend aan het door ons gecontroleerde financieel jaarverslag 2001 van Stichting Museumjaarkaart. Bij dit financieel jaarverslag 2001 hebben wij op 12 september 2002 een goedkeurende accountantsverklaring verstrekt. Het verkort financieel verslag 2001 is opgesteld onder verantwoordelijkheid van de leiding van de stichting. Het is onze verantwoordelijkheid een accountantsverklaring inzake het verkort financieel verslag te verstrekken.

Wij zijn van oordeel dat het verkort financieel verslag op alle van materieel belang zijnde aspecten in overeenstemming is met het financieel jaarverslag waaraan deze is ontleend. Voor een beter inzicht in de financiële positie en in de resultaten van de stichting alsmede in de reikwijdte van onze controle dient het verkort financieel verslag te worden gelezen in samenhang met het volledige financieel jaarverslag, waaraan deze is ontleend, alsmede met de door ons daarbij verstrekte accountantsverklaring.

Den Haag, 12 september 2002

KPMG Accountants N.V.

COLOFON

Uitgave: Stichting Museumjaarkaart, Postbus 2975, 1000 CZ Amsterdam

Vormgeving: DATAGOLD, Rotterdam

Fotografie: Aboriginal Art Museum, Utrecht, Broeker Veiling, Broek op Langedijk
Rijksmuseum voor Oudheden, Leiden

Druk: Veldwijk Van Loon, Waddinxveen

Jaarverslag 2001

USEUM
jaarkaar



naam Carla Keijzer
geboortedatum 07.11.1958

USEUM
jaarkaar



naam Tom Otervanger
geboortedatum 13.09.1950

volwassene

USEUM
jaarkaar



naam CAROLIEN MOLENAAR
geboortedatum 04.07.1957

USEUM
jaarkaar



naam Jeroen Branderhorst
geboortedatum 21.06.1969

USEUM
jaarkaar



naam Kees van Twist
geboortedatum 05.08.1953

USEUM
jaarkaar



naam Daniëlle Lokin
geboortedatum 16.12.1957

USEUM
jaarkaar



naam Arnout Weeda
geboortedatum 06.10.1946

USEUM
jaarkaar



naam Lies Boelrijk
geboortedatum 03.08.1963

