



jaarverslag 2021

inhoud

CJP in 2021	3
Over CJP	4
CJP in 2021	4
Voor Wie	5
Cultuurkaart	6
MBO Card	6
CJP	7
Docentenkaart	7
Totaal aantal pashouders	7
Met wie	8
Samenwerkingen	9
Hoe waren we zichtbaar?	10
Campagnes	11
Studenten	11
Instagram campagne	11
Google ads	12
CJP Challenge voor docenten	12
Media	13
Personeel en organisatie	15
Kantoor en corona	16
Personeel	16
Financien	17
Colofon	20

CJP in 2021

Over CJP

CJP is al 60 jaar een onafhankelijke stichting. Het is onze missie kunst & cultuur voor alle jongeren in Nederland toegankelijk te maken. Dat doen we door drempels te verlagen met korting, voorrang en voordeel. Jongeren tot 30 jaar krijgen met CJP korting op musea, theaters, festivals, concerten, bioscopen en meer. We inspireren jongeren om erop uit te gaan en iets te beleven via onze nieuwsbrieven, magazines, social kanalen en onze website. Ook organiseren we culturele events en werken we samen met culturele partners.

Binnen het onderwijs maakt CJP zich hard voor cultuureducatie. Met de Cultuurkaart en de MBO Card biedt CJP scholen de kans om cultuur dichterbij de leerlingen te brengen. Dit doen we samen met het ministerie van OCW, scholen en culturele organisaties.

CJP in 2021

De situatie rond Corona is in 2021 nauwelijks verbeterd. Het jaar begon en eindigde met een lange lockdown. Gelukkig gingen de scholen na de voorjaarsvakantie voorzichtig open en zijn dat ook ondanks allerlei beperkingen gebleven. De situatie binnen de culturele sector was veel slechter. Met uitzondering van een korte onderbreking in de zomer kunnen we eigenlijk wel stellen dat er nauwelijks wat te beleven was. CJP is werkzaam op het breukvlak van onderwijs en cultuur. En zodra de scholen weer opengingen hebben we gekeken hoe het cultuuronderwijs en culturele activiteiten weer konden plaatsvinden. In samenspraak met het Ministerie van OCW is er een actieplan ontwikkeld voor het voortgezet onderwijs dat gericht was om de cultuurkaartactiviteiten weer aan te jagen. En het effect daarvan zagen we direct terug, waardoor we aan het einde van het jaar het bestedingspercentage weer op het niveau was van voor Corona. Wat de CJP pas en de mogelijkheden van de CJP pas betreft was 2021 nog steeds een rampjaar. Wat heb je aan een culturele kortingspas als de culturele sector gesloten is. De teruggang in verkoop, in activatie, in de mate dat onze content wordt gelezen is groot. Wat dat betreft moeten we in 2022 weer opnieuw opbouwen, en net als de rest van de culturele sector onze relatie met het publiek herstellen.



middelbare school klas in het Rijksmuseum

Voor Wie

Cultuurkaart

Het aantal deelnemers bedroeg in het schooljaar 2020-2021 711.685 leerlingen. In totaal bedroeg het beschikbare cultuureducatiebudget bij scholen voor voortgezet onderwijs via de Cultuurkaart ruim 14,3 miljoen euro, waarbij 13,9 miljoen euro ook daadwerkelijk is besteed. (bestedingspercentage 96%). In totaal ondernamen de leerlingen 1,1 miljoen activiteiten bij ruim 8000 verschillende voorstellingen, workshops of bezoeken. Zo'n 80% van het voortgezet onderwijs doet mee en zij kunnen bij 1521 aangesloten culturele instellingen terecht.

Het Cultuurkaartjaar 2020/2021 begon met forse achterstand uit het schooljaar ervoor. Ruim 4 miljoen euro cultuurbudget kon niet worden uitgegeven. Met de lockdown in het begin van 2021 zag het er naar uit dat er wederom nauwelijks ruimte zou kunnen zijn voor cultuuronderwijs en dat het beschikbare Cultuurkaart-budget niet voor het doel gebruikt kon worden.

En tweede schooljaar zonder cultuuronderwijs was voor CJP niet acceptabel. Het zorgvuldig opgebouwde dynamiek tussen scholen en culturele instellingen zou teveel schade opleveren. Daarom heeft CJP vanaf de start van het nieuwe schooljaar in september 2021 vol ingezet om leerlingen weer te laten deelnemen aan het culturele leven. Hiervoor hebben we gewerkt met consultants die op basis van beschikbare data uit het Cultuurkaartplatform direct contact hebben opgenomen met alle scholen waar de culturele activiteiten achterbleven. Deze actie werd ondersteund met intensieve communicatie naar zowel scholen als instellingen waarin vooral werd opgeroepen om elkaar te ondersteunen en samen te zoeken naar (nieuwe) oplossingen om binnen de mogelijkheden culturele activiteiten te organiseren.

Om iedereen de mogelijkheid te bieden om de achterstanden in te halen is de Cultuurkaart (of liever het Cultuurkaartjaar) in 2021 eenmalig verlengd met twee maanden. Al deze acties hebben hun vruchten afgeworpen. Boven verwachting werd het Cultuurkaartjaar afgesloten met een 'ouderwets' bestedingspercentage van 96% wat overeenkomt met 1.145.267 activiteiten.



Mbo klas in het Rijksmuseum

MBO Card

In maart 2021 heeft de minister van OCW de subsidiebeschikking voor de MBO Card verlengd. De MBO Card bestaat uit een gratis CJP pas voor mbo-studenten en docenten plus een platform waarop vraag en aanbod van culturele- en onderwijsinstellingen bij elkaar komen. De persoonlijke pas biedt korting op tickets voor musea, film, theater en lifestyle merken. Daarnaast heeft de minister de

opening geboden om te onderzoeken of de MBO Card net als de Cultuurkaart met budget geladen kan worden. Deze subsidie is in 2021 ook toegekend. De pilot MBO Card met budget biedt een uitgelezen kans om te onderzoeken hoe kunst en cultuur kunnen bijdragen aan het burgerschapsonderwijs. Dat doen we door het MBO Card platform uit te breiden met opties waarmee elke school een eigen invulling kan geven aan het burgerschapsonderwijs én de mogelijkheid om de inspanningen van de studenten op het gebied van burgerschap vast te leggen.

De onzekerheid over de toekomst van de MBO Card in combinatie met de sluiting van de culturele sector heeft grote impact gehad op de distributie van de MBO Card. De MBO Card is vanaf de zomervakantie 2021 weer opnieuw opgestart, terwijl de culturele sector nog grotendeels dicht was. De technische systemen zijn gelukkig zo aangepast dat distributie niet meer van één moment afhangt, maar kan worden afgestemd met een voor de school geschikt moment. Ultimo 2021 waren alle mbo-instellingen (67) aangemeld bij CJP. Samen hebben de scholen net iets meer dan een half miljoen mbo-studenten. Nederland wat 504.300 is.

CJP

De verkoop van CJP passen aan jongeren tussen 18 en 29 jaar staat al een paar jaar onder druk. De sluiting van de culturele sector heeft een sterk nadelig effect gehad op de pasverkoop. Om kosten te besparen heeft CJP de marketinginspanningen tijdens de sluiting op een laag pitje gezet. Wel is er verder gewerkt aan het verder digitaliseren van de dienstverlening. We gaan daarbij uit van een all-in-one service concept van inspireren, informeren en aankopen

Docentenkaart

Er zijn in 2021 in totaal 38.137 Docentenkaarten uitgedeeld.

Totaal aantal pashouders

In totaal hebben 1,2 miljoen jongeren in Nederland de beschikking over een CJP-pas



De digitale MBO JOB pas

Met wie

Samenwerkingen

CJP werkt samen met ruim 1000 culturele instellingen. Rode draad in die samenwerking is onze gemeenschappelijke inspanning om jongeren de kansen te bieden zich cultureel te ontwikkelen. Dat betekent dat we zowel inzetten op cultuureducatie via het reguliere onderwijs, als op individuele activiteiten in de vrije tijd. De CJP pas moet aantrekkelijk zijn voor de pashouders. Zo vragen wij aan culturele instellingen om de beste jongerenkortingen, in ruil voor onze inspanningen om die jongeren ook over de drempel van de instelling te krijgen. Ons accountteam is continu en met veel enthousiasme op stap om dit voor elkaar te krijgen. CJP investeert daarnaast ook om jongeren te informeren en inspireren via de website, social media, nieuwsbrieven en magazine. Ook daar is het hard aanpoten om in het overweldigende aanbod een goede gids te zijn.



Een samenwerking met Dook Duikt In

CJP heeft met een aantal partijen samenwerkingsverbanden op non-cultureel gebied. Het gaat daarbij om non-culturele kortingen die aansluiten op de belevingswereld van jongeren. Deze kortingen zijn een onderdeel van de CJP-formule en hebben als taak om de CJP propositie op dagelijks niveau aantrekkelijk te maken. In 2021 zijn een aantal nieuwe kortingen geïntroduceerd zoals Sub Sub Clup, Queen Tarzi, Studdy en Swapfiets.

Hoe *waren we* zichtbaar?

Campagnes

Het jaar 2021 stond in het teken van de MBO Card. Vanaf september zijn we gestart met een activatiecampagne om zoveel mogelijk mbo studenten hun gratis CJP te laten activeren.

Naast de rechtstreekse communicatie aan bevoegd gezag, communicatie afdelingen, docenten en studenten zijn in september activatiecampagnes van start gegaan voor de doelgroepen docenten en studenten:

- Gratis CJP voor mbo studenten
- De CJP Challenge voor mbo docenten

Studenten

De mbo studenten die hun gratis CJP activeerden, maakten kans op:

- € 500,- shoptegoed bij Fashion 2000
- Een game computer van Game Mania t.w.v. € 999,-
- Een eigen privé bioscoopzaal bij Kinopolis voor 10 personen

Deze campagne werd ondersteund door middel van Instagram en Google ads.



MBO altijd prijs win-actie

Instagram campagne

Voor de Instagram campagne zijn, binnen de thema's fashion, bios en gaming, zowel statische posts en stories als video's ontwikkeld. De advertenties zijn 4.858.733 keer bekeken en hebben 18.298 clicks gerealiseerd.

Google ads

Voor de campagne binnen het Google netwerk zijn, binnen de thema's fashion, bios en gaming, drie verschillende campagnetypes uitgezet:

- Search: tekstadvertenties op zoekresultaten
- Display: visuele banner ads op websites en apps
- Discovery: visuele ads op platforms al Google en Youtube

De advertenties zijn 6.000.000 keer bekeken en hebben 43.511 clicks gerealiseerd. De campagne heeft veel zichtbaarheid gerealiseerd en bereik behaald, tevens hebben de campagnes een "tandem"-functie in relatie tot andere kanalen (bijvoorbeeld e-mail en social media) waardoor bezoekers opnieuw worden bereikt.



De Google ads

CJP Challenge voor docenten

Met de CJP Challenge dagen we scholen en docenten uit om zoveel mogelijk studenten te helpen een CJP te activeren. Scholen met een hoog aantal geactiveerde CJP's maken kans op gratis klassikale culturele activiteiten, aangeboden door culturele partners van CJP:

- Workshop Podcast maken o.l.v. Kleinkunstig
- Rondleiding De Ideale Burger in het Rijksmuseum
- Rondleiding in Corpus
- Kaarten voor de voorstelling Op klompen door de dessa
- Concert Deel 't/Maak 't van Buma Music Academy

Media

Samenwerkingen

Podcast MuseumTV

Podcasts zijn ontzettend populair binnen de doelgroep. MuseumTV heeft CJP benaderd om samen op te trekken in het produceren en uitbrengen van een culturele podcast: Je Eerste Keer. In de podcast Je Eerste Keer duikt host Sammie van den Broek een museum in met een bekende gast. Een museum waar ze nog nooit eerder zijn geweest. Samen gaan ze langs en achteraf bespreken ze wat het bezoek bij ze losmaakt. Is het inspirerend? Kan het ze verrassen? Of veranderen? De eerste afleveringen met Splinter Chabot, Eva Eickhout, Jasper Gottlieb en CYCZ zijn al uitgebracht en in 2022 volgen er nieuwe afleveringen. CJP heeft het concept voor de podcast ontwikkeld, cureert en verspreidt de podcasts binnen de CJP-doelgroep.

Club Next

Om de doelgroep van mbo studenten optimaal te kunnen bedienen en te weten wat er onder hen speelt is er een samenwerking met Club Next opgezet. Club Next vertegenwoordigt de stem van de jongeren. Ze zijn begonnen aan het begin van de coronacrisis, toen het toekomstperspectief van veel jongeren vertroebelde. Stages werden afgezegd, studenten liepen studievertraging op, er werd alleen online lesgegeven en veel bijbanen vielen weg. Met Club Next kaarten we de onderwerpen en thema's aan, die spelen onder jongeren. Dat doen we door het maken van content: videoserie, fotografie en het podcasts en interviews.

Club Next heeft een kerngroep jongeren met een grote diversiteit wat betreft woonplaats, leeftijd, etniciteit. Met hen sparren we en kijken we naar wat er nu speelt in hun omgeving. Daar pakken we diverse thema's uit en maken we content over. Het doel daarvan is om jongeren tot nadenken aan te zetten over het onderwerp. Wij willen een mindset creëren die bezig is met de toekomst; wat voor gevolgen nú heeft op later. Onze doelgroep herkent zich in de onderwerpen die we aansnijden en wij sporen ze aan tot actie. Ook willen we met dit platform verbinden en interactie stimuleren. Dit hebben we in 2021 gedaan met het videoformat Dook duikt in.



Nanoah Struik op bezoek bij Club Nxt

In een videoreeks dook presentator Dook van Dijck met verschillende bekende en minder bekende Nederlandse jongeren uit de doelgroep in maatschappelijke thema's die bij hen spelen. Dook Duikt In is een eclectische talkshow waar presentator Dook van Dijck jonge, talentvolle makers ontvangt om te praten over hun werk, inspiratie en toekomst.

Het zijn allemaal talenten die zich bezighouden met theater / schrijven / podcasts / film / beeldende kunst / musical en nog veel meer. Op deze bijzondere plek in het zwembad komen diepgaande verhalen naar boven, juicy vragen worden beantwoord en veel spetterende challenges worden gespeeld!

In de vijftien afleveringen in 2021 heeft Dook de volgende talenten het hemd van het lijf gevraagd: Nanoah Struik, Carre Albers, Bianca Toeps, Titia Hoogendoorn, Stippenlift, Joost Swinkels, Miriam Guttmann, Quita Felix, Olaf Ait Tami, Diana Leeftang, Reindier, Kirsten van Teijn, Marleen Hendrickx, Gijs Blom en Pete Wu.

CJP.nl

In 2021 heeft CJP de nieuwe versie van de website CJP.nl gelanceerd. Met de nieuwe website is CJP nog beter in staat om leden te informeren inspireren en activeren.

Social media

Ook op onze social media kanalen hebben we de doelgroep volop geïnspireerd en geënthousiasmeerd voor het culturele aanbod. Dit deden we voornamelijk via Instagram door middel van mooie content en te gekke winacties.

Nieuwsbrieven

Gedurende het hele jaar informeren we in onze database geregistreerde CJP'ers én docenten digitale nieuwsbrieven over het aanbod. Docenten ontvangen het aanbod voor klassikale culturele activiteiten. De studenten ontvangen een overzicht van kortingsacties voor CJP pashouders bij culturele instellingen en andere partners. De bij ons geregistreerde CJP'ers ontvingen in 2021 in totaal 21 nieuwsbrieven, de docenten 14 nieuwsbrieven.

CJP Magazine

Om tijdens de lockdown de CJP-pashouders toch van cultuur te voorzien, ontwikkelden we het digitale CJP Magazine. Dit magazine kwam uit in september, november en december. De uitgave in december stond in het teken van ons 60-jarig jubileum en verscheen daarom eenmalig ook in fysieke vorm.

Pers

Ook in de pers liet CJP van zich horen. Los van de scholen, de studenten en de culturele instellingen hebben we ook de pers middels een persbericht geïnformeerd over de MBO Card. Dit heeft geresulteerd in een artikel over de MBO Card in het vakblad Schooldomein en in het vakblad UNIENFTO. Daarnaast publiceerden we een persbericht over de stijgende cultuurkaartbestedingen in het jaar 2021.

Personeel en organisatie

Kantoor en corona

Corona en thuiswerken lijken bijna synoniemen met elkaar geworden. Het blijkt een van de maatregelen die door de regering langdurig is ingezet om het aantal verplaatsingen (en daarmee besmettingen) terug te dringen. CJP is een organisatie waarbij je goed kunt thuiswerken. Maar de eerlijkheid gebiedt ook te zeggen dat de sociale interactie met collega's ook zo zijn voordelen heeft in het bij elkaar brengen van kennis, inzichten en creativiteit.

Personeel

Ultimo 2021 had CJP een personele bezetting van 12,57 FTE (2020:11 FTE), waarvan 79% met een contract voor onbepaalde tijd en 21% met een contract voor bepaalde tijd. CJP begeleidt op continue basis gemiddeld 3 stagiaires. Daarnaast zet CJP freelance krachten in.



Het personeel van 2021

Financiën

Balans per 31 december 2021

in € 1.000,–

	2021	2020
Activa		
Vaste activa		
Materiële vaste activa	57	69
Financiële vaste activa	295	266
Lange termijn lening	700	
Vlottende activa		
Vorraden	23	13
R/C verhoudingen	30	597
Overige vorderingen	4.161	1.164
Overlopende posten Cultuurkaart	178	166
Belastingen en premies SV	61	
Liquide middelen	3.501	7.143
Totaal activa	9.006	9.418
Passiva		
Eigen vermogen		
Overige reserve	639	691
Korte termijn schulden		
R/C verhoudingen	8.087	8.378
Kortlopende schulden	160	187
Overlopende passiva Cultuurkaart	54	142
Overlopende passiva MBO kaart	48	
Belastingen en premies SV	18	20
Totaal passiva	9.006	9.418

Staat van baten en lasten over 2021 in € 1.000,–

	2021	2020
Baten		
Opbrengsten Cultuurkaart	1.038	561
Opbrengsten Paspoort	272	306
MBO Card Bijdrage OCW	667	319
Overige opbrengsten	312	428
Som der baten	2.289	1.614
Lasten		
Personeelskosten	270	179
Cultuurkaartkosten	939	708
Kosten MBO Card	630	441
Overige bedrijfskosten	537	451
Som der lasten	2.376	1.779
Financiële baten en lasten	36	-21
Saldo boekjaar	-52	-186
Resultaatbestemming		
Mutatie algemene reserve	52	-186
Saldo	0	0



Colofon

Het bestuur van de Stichting CJP wordt gevormd door Walter Groenen, directeur/bestuurder.

De Raad van Toezicht van Stichting CJP wordt gevormd door:

Boris van der Ham, voorzitter

Annemies Broekgaarden, secretaris

Lot van der Wal, penningmeester

Mark Crooijmans, lid

www.cjp.nl

Admiralengracht 52 H

1057 GA Amsterdam