



JAAR VERSLAG 10

JAAR
VERSLAG
10

L1 TV FM TXT .NL L

Hoofdstuk

01 pagina 04	PROFIEL L1
02 pagina 05	VERSLAG VAN DE RAAD VAN COMMISSARISSEN
03 pagina 07	VERSLAG VAN DE DIRECTIE
04 pagina 14	PUBLIEKE VERANTWOORDING
05 pagina 16	PROGRAMMERING
06 pagina 22	MEDIATECHNIEK EN ICT
07 pagina 25	VERSLAG VAN DE ONDERNEMINGSRAAD
08 pagina 27	VERSLAG VAN DE REDACTIERAAD
09 pagina 28	SOCIAAL JAARVERSLAG
10 pagina 32	VERSLAG VAN DE STICHTING OMROEP LIMBURG
11 pagina 33	SAMENGEVOEGDE BALANS EN TOELICHTING

ECHTE PARTNERS MAKEN HET SAMEN

Een verfijnd gerecht maak je met een combinatie van goede ingrediënten. Je neemt een handvol van het een en een snuffje van het ander.

Samen geeft dat die rijke geur en smaak.

Zo werkt het ook bij L1. Goede programma's maken we niet alleen. We hebben een netwerk van vaste partners waarmee we ons succes kunnen bereiken en behouden.

Of het nu gaat om de aankleding van de studio of om de techniek die we nodig hebben om verslag te doen

van Live evenementen. Diverse partnerships passeren in dit jaarverslag de revue.

Onze partners vertellen bovendien zelf over hun samenwerking met L1.

Veel leesplezier!

A man in a blue suit and glasses is sitting on a large, red, heart-shaped chair. The chair is on a road with the word 'AMSTEL' painted in large white letters on the asphalt. The man is smiling and looking towards the camera. The background shows a road with white markings and a large red heart-shaped chair.

Amstel Gold Race

Zonder samenwerking geen fietsen

Wie fietsen en Limburg zegt, zegt Amstel Gold Race. De radio- en tv-redacties van L1 volgen de verrichtingen van de renners tijdens de wielerklassieker al jarenlang. Vijf jaar geleden is daar een extra, niet-redactionele dimensie aan toegevoegd. Event Management E. Frambach B.V. (kortweg: Event Management) - de organisator van de Amstel Gold Race - en L1 besluiten op het commerciële vlak de handen ineen te slaan. L1 wordt mediapartner, Amstel Gold Race krijgt commerciële zendtijd.

Emiel Frambach: “Limburgers vinden de Amstel Gold Race geweldig, maar het evenement gaat altijd gepaard met enige overlast. Met name over de Toerversie zijn mensen niet altijd positief. ‘Dan kom je je huis door de drukte niet uit’, was een veelgehoorde klacht tijdens onze tweejaarlijkse onderzoeken naar de economische impact van de Amstel Gold Race en de beleving van inwoners. Sindsdien draait voor ons alles om informeren. De commerciële zendtijd bij L1 biedt uitkomst. Nu weten de mensen dat het weer zover is. Bovendien zoeken we voortdurend naar manieren om de regio meer bij de Amstel Gold Race te betrekken. De L1ve uitzending wordt goed bekeken, zo krijgt het evenement steeds meer aanzien. Limburg wil zich in toenemende mate verkopen als fietsregio. Toch vinden sommige gemeenten dat het te druk wordt. Om een fijne fietsregio voor professionals en recreanten te blijven, is een goede balans nodig. Dat betekent samenwerken in de breedste zin van het woord. Met inwoners, overheden, media en wielersorganisaties. Oftewel: zonder samenwerking geen fietsen.”

DIT IS L1

L1 wil het toonaangevend informatiemedium van en over Limburg zijn: snel, actueel, onafhankelijk, betrouwbaar, breed toegankelijk, maatschappelijk relevant. Van belang en boeiend voor elk deel van Limburg, voor elke Limburger en voor iedereen die in Limburg is geïnteresseerd. We willen zoveel mogelijk mensen bereiken en als publieke omroep winstgevend zijn om de continuïteit van de onderneming te garanderen. Daarvoor zetten we innovatie in ten behoeve van productie, distributie en programmering. Onze medewerkers worden aangezet tot permanente educatie.

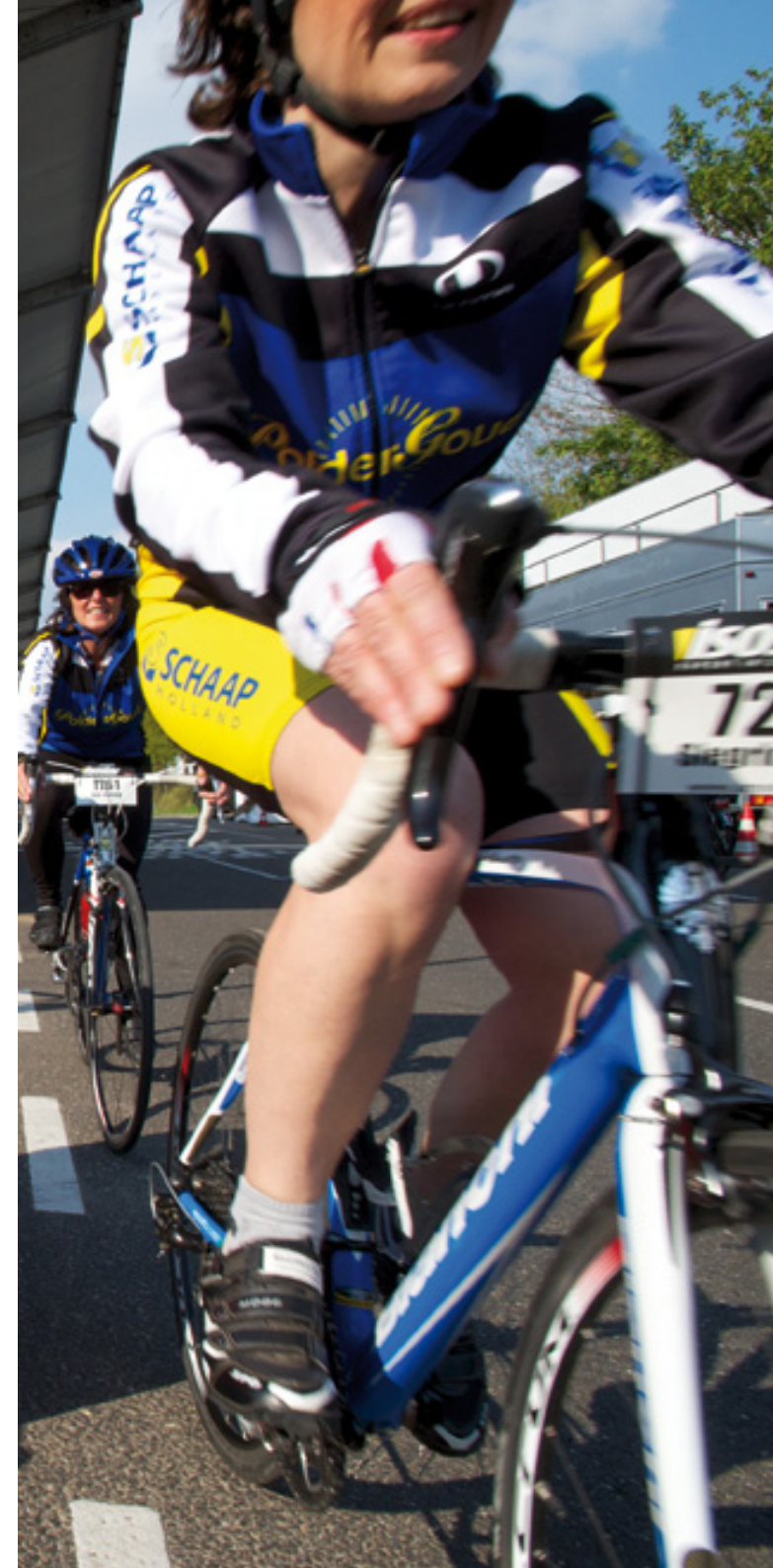
L1 geeft prioriteit aan nieuws, achtergronden bij het nieuws, sport en (L1ve) evenementen. Voor de 1,1 miljoen mannen, vrouwen en kinderen die in de provincie Limburg wonen. Maar ook voor iedereen die hier niet woont, maar wel geïnteresseerd is in het nieuws uit Limburg. Dankzij digitale technieken is L1 wereldwijd te ontvangen. L1 zendt uit via televisie, radio, internet, teletekst en nieuwe media.

Stichting Omroep Limburg heeft als zendmachtigingshouder aan L1 de opdracht verstrekt om programma's te maken. De subsidie wordt door de Provincie Limburg aan de Stichting verstrekt. Die geeft deze door aan L1. De programmering

is onderworpen aan wettelijke richtlijnen voor publieke omroepen, met Stichting Omroep Limburg als eindverantwoordelijke.

De bedrijfsvoering van L1 is privaat ingericht, met een Raad van Commissarissen en een statutair directeur. Aandeelhouders zijn Stichting Omroep Limburg, Media Groep Limburg B.V. en Attero B.V..

L1 bestaat uit de volgende rechtspersonen: Omroepbedrijf Limburg B.V. en Televisiebedrijf Limburg B.V.. Zij hebben Reclamemaatschappij L1 V.O.F. opgericht voor audiovisuele producties en de verkoop van reclamezendtijd.



2010: EFFICIËNTE EN EFFECTIEVE BEDRIJFSVOERING ALS LEIDRAAD

De Raad van Commissarissen biedt hierbij de Algemene Vergadering van Aandeelhouders de jaarstukken 2010 aan van Omroepbedrijf Limburg B.V., Televisiebedrijf Limburg B.V. en Reclamemaatschappij L1 V.O.F. Hierin zijn het verslag van de directie en de samengevoegde jaarrekeningen opgenomen.

De Raad van Commissarissen heeft de jaarrekeningen vastgesteld. De accountants hebben een goedkeurende verklaring afgegeven. De jaarrekening leggen we - conform artikel 22 van de statuten - ter goedkeuring voor aan de Algemene Vergadering van Aandeelhouders. De jaarrekeningen worden ook ter bespreking voorgelegd aan de Ondernemingsraad. De Raad van Commissarissen stelt aan de

Algemene Vergadering van Aandeelhouders voor om de nettowinst over 2010 ad € 171.123,- van Omroepbedrijf Limburg B.V. en Televisiebedrijf Limburg B.V. voor € 50.000,- toe te voegen aan de bestemmingsreserve van Televisiebedrijf Limburg B.V. en voor € 121.123,- toe te voegen aan de risicoreserves van de beide ondernemingen.

Overleggen

De Raad van Commissarissen heeft afgelopen kalenderjaar zes maal met de algemeen directeur vergaderd. Tussentijds ontvingen we schriftelijke informatie over de gang van zaken. De voorzitter van de Raad van Commissarissen had ook regelmatig informeel overleg met de algemeen directeur. We namen halverwege het jaar afscheid van de heer Straat, commissaris namens Media Groep Limburg, wegens het bereiken van de daarvoor gestelde maximum termijn. De heer Boermann trad terug als commissaris namens Media Groep Limburg. De heer Dijkhuizen nam afscheid als commissaris namens Attero B.V.. Hij is opgevolgd door de heer Coumans. Wij danken hen voor hun jarenlange betrokkenheid en deskundige inbreng in de Raad.

Strategisch Plan L1 2010-2014

Tijdens onze bijeenkomsten spraken we onder meer over het Strategisch Plan L1 2010-2014. Met een focus op de hierin vermelde samenwerkingselementen is dit plan in de Raad besproken en vastgesteld. We hebben onze waardering hiervoor uitgesproken naar het Managementteam. Na enkele beperkte aanpassingen is het definitieve plan onder medewerkers en stakeholders van L1 verspreid. De komende jaren moeten het handelen en het nemen van besluiten - op het gebied van onder meer Programmering, Commercie, Branding, HR en Financiën - steeds consequenter worden getoetst aan het Strategisch Plan.

Aandelenstructuur

Media Groep Limburg B.V. en Attero B.V. hebben aangegeven hun aandelen in L1 van de hand te

willen doen. Conform de statuten zijn deze aan medeaandeelhouder Stichting Omroep Limburg aangeboden. De Raad van Commissarissen heeft aangegeven dat bij een nieuwe aandelenverhouding de governance structuur van L1 opnieuw bekeken moet worden. Daarbij wordt de efficiënte en effectieve bedrijfsvoering van de L1-bedrijven als leidend principe gezien.

Cijfers

In de bespreking van de financiële cijfers hebben we het onder meer gehad over de reclameomzetten, de herziene begroting 2010 en de begroting voor 2011. Uit de tussentijdse rapportages bleek dat de meeste kosten achterbleven bij de begroting. Verder kwamen de teruglopende kijk- en luistercijfers en de vensterprogrammering aan bod. We concludeerden dat - samenhangend met een nieuwe begrotingssystematiek - duidelijke programmatische keuzes nodig zijn.

Dankzij de inzet, betrokkenheid en creativiteit van de medewerkers is ondanks achterblijvende reclameomzetten een positief financieel resultaat gerealiseerd. Hier dankt de Raad van Commissarissen hen allen voor.

Jan Simons
voorzitter Raad van Commissarissen

TEFAF

Regionale productie met internationale impact

Regionaal opgezette producties werpen ook buiten de provinciegrenzen hun vruchten af. Dat bewijst de samenwerking tussen de internationale kunst- en antiekbeurs TEFAF en L1. Het TEFAF Journal is inmiddels ook via RTL Z te zien.

Titia Vellenga, pr- en marketingmanager van TEFAF: "Na jarenlang algemeen verslag te hebben gedaan van de beurs, wilden L1-hoofdredacteur Leo Hauben en programmamaker Jo Cortenraedt meer doen. Samen zijn we gaan brainstormen. Het idee was om te laten zien wat zich allemaal afspeelt op en rond de beurs. Dát wilden we onder de aandacht brengen van een breder publiek. Een concept dat tevens interessant was voor de handelaren, want die komen hun stand vrijwel niet uit en krijgen dus relatief weinig mee van de beurs. Zo is een aantal jaar geleden TEFAF Journal ontstaan. Sinds 2008 zijn deze uitzendingen niet alleen op de buis bij L1 te zien, maar ook in Maastrichtse hotels, het gemeentehuis, Theater aan het Vrijthof en MECC. Tegenwoordig zendt het landelijke RTL Z ze ook uit. De formule sloeg aan. Het is dan ook een uniek communicatiemiddel, iets wat niemand anders biedt. De Engelse ondertiteling maakte de filmpjes geschikt voor het internationale TEFAF-publiek. Ze staan ook op onze website en handelaren vragen me regelmatig of TEFAF Journal aandacht aan ze kan besteden. Waarom landelijke omroepen niet eerder een soortgelijk programma hebben ontwikkeld? Waarschijnlijk omdat het organisatorisch nogal wat werk vergt en de kosten hoog zijn. In 2010 hebben wij de productie mede financieel ondersteund, omdat deze anders niet van de grond kon komen. TEFAF Journal voorziet in een grote behoefte. Het is een regionaal opgezette productie met internationale impact."



Radar

Maatschappelijke samenwerking

Hij is inmiddels helemaal ingeburgerd. Vier dagen per week, van tien uur 's ochtends tot drie uur 's middags, is Stef Thomissen in de L1-kantine te vinden. Broodjes smeren, koffieautomaat bijvullen, opruimen: Stef doet het allemaal in zijn eigen tempo en met een beetje begeleiding van zijn kantine-collega's, want Stef heeft een verstandelijke beperking. Jaren geleden heeft hij zelf deze werkplek geregeld. Via Radar, een stichting die kinderen en volwassenen met een verstandelijke en/of lichamelijke beperking ondersteunt, kreeg hij een vrijwilligersovereenkomst.

Wendy van der Cruijs-Kostons, werkbegeleider bij Radar: "Stef werkt heel graag bij L1. Sommige cliënten groeien door naar een andere werkplek of zelfs betaalde baan, maar Stef heeft zijn draai gevonden. Hij wil het liefst zo lang mogelijk bij L1 blijven. Voor cliënten zoals hij is arbeidsparticipatie van onschatbare waarde. Het geeft ze het gevoel volwaardig deel uit te maken van de samenleving en het krikt hun zelfvertrouwen flink op. Radar is dan ook heel blij met de samenwerking met L1. Inmiddels versterkt ook Sermon Weerts het team één dag per week, als Stef er niet is. De aan een autisme spectrum stoornis lijdende Sermon gedijt opmerkelijk goed in de drukke kantine. Autisten hebben behoefte aan structuur, dat is hun houvast. Hij werkte aanvankelijk in een veel rustiger omgeving, maar toch lukt het prima bij L1. Hij kan goed onder druk werken, zolang hij niet meer dan één opdracht tegelijk krijgt. Hier houden de vaste kantinemedewerkers rekening mee. Het is moeilijk om cliënten ergens aan het werk te krijgen. Er is veel weerstand, organisaties vrezen vreemd gedrag. Dat L1 niet één, maar twee cliënten een kans biedt, is geweldig. En Stef en Sermon zijn zó trots dat ze er werken, iedereen kent L1 tenslotte."

JAAR VAN NIEUWE PLANNEN EN INITIATIEVEN

Het kijk- en luistergedrag en mediagebruik veranderen. Wereldwijd, maar ook op provinciaal niveau. We nemen nieuwe initiatieven en benutten kansen, bijvoorbeeld in de sector sociale media. Dat doen we in actieve samenwerking met anderen, om sneller stappen te kunnen zetten en samen sterker te staan.

Tv-, radio- en internetbereik

De tendens van de afgelopen jaren bij de regionale omroepen zette zich in 2010 voort, ook bij L1. Het aantal kijkers nam af en het aantal internetbezoekers groeide gestaag. L1 TV had een gemiddeld dagbereik van 20,1% (22,5% in 2009). We behoren daarmee nog steeds tot de top-3 van best bekeken regionale omroepen in Nederland. De gemiddelde kijktijd steeg licht tot 18,46 minuten (18,41 minuten in 2009). We blijven ons inzetten voor een betere positie op de digitale zenderlijst van de diverse aanbieders. Zo staan we bij Ziggo op 982, maar heeft positie 11 onze voorkeur.

L1 Radio blijft een van de best beluisterde zenders in Limburg. Het marktaandeel daalde in 2010 licht tot 13,3% (14,0% in 2009). Het aantal bezoeken aan www.L1.nl nam flink toe. Dat waren er gemiddeld 2.030.324 per maand; een ruime stijging van 29% ten opzichte van 2009. L1 heeft hiermee de best bezochte website van de regionale omroepen.

Resultaat

Het gecombineerde resultaat voor belastingen uit de gewone bedrijfsuitoefening kwam uit op € 148.610,- (€ 396.290,- in 2009). De concurrentie op de Limburgse reclamemarkt

is groot en adverteerders zien televisie als een duur medium. De regionale reclameomzet op L1 TV daalde in 2010 met 31%. Op L1 Radio steeg de regionale reclameomzet licht met 2%. De reclameinkomsten van de L1-website zijn fors gegroeid met 24%. Het niveau is echter nog bescheiden in relatie tot het grote en nog steeds groeiende aantal bezoeken aan onze website. Om de achterblijvende reclameinkomsten op te vangen, hebben we tijdig maatregelen genomen om de kosten te reduceren. Zo werd de vacaturestop gecontinueerd, werden investeringen waar mogelijk en verantwoord uitgesteld en zijn de variabele kosten verlaagd. Ondanks de noodzaak om soms harde keuzes te maken, zijn de kern en kwaliteit van de programmering niet aangetast. Ook is ruimte gemaakt voor nieuwe initiatieven.

Marketingcommunicatieplan

In 2010 is een nieuw marketingcommunicatieplan tot stand gekomen. In dit plan zijn onder meer concrete doelstellingen voor marktaandeel en marktpenetratie geformuleerd. Ook zijn de communicatiestrategie en de brandportfolio van L1 tegen het licht gehouden. De merkwaarden van L1 zijn opnieuw vastgesteld en bijgesteld: spraakmakend, Limburg lifestyle, verbindend en dichtbij. In lijn hiermee is ook een nieuw evenementenbeleid vastgesteld. Op basis van dit plan werken we een sales- en promotieplan uit.

Adverteerders ondervraagd

Als voorbereiding op het marketingcommunicatieplan hielden we samen met Media Groep Limburg (MGL) een onderzoek onder Limburgse adverteerders. Hiermee wilden we meer inzicht

verkrijgen in de redenen van regionale adverteerders waarom ze wel of niet bij L1 adverteren. Voorafgaand aan de diepte-interviews met adverteerders en intermediairs in september en oktober, is met de eigen media-adviseurs gesproken. Uit het onderzoek blijkt met name dat de adverteerders veel waarde hechten aan het proactief meedenken door de media-adviseur, ook op het terrein van nieuwe media. Hiervoor is regelmatig contact met de adverteerder vereist. Ook het op peil houden en vergroten van het aandeel regionaal nieuws in de programmering en het nog meer aanwezig zijn in de regio, zijn aandachtspunten.

NRS project

In 2010 vond op de afdeling Reclame een groot-schalig salesproject plaats onder leiding van NRS Media. Hiermee wilden we op een systematische manier nieuwe business verwerven en oud-adverteerders terugwinnen. Alle disciplines binnen de afdeling (buiten- en binnendienst en marketing/pr) hebben hier aan meegewerkt. Het opkomstpercentage van de geselecteerde bedrijven voor de presentaties was hoog. Deze vonden plaats op verschillende locaties in heel Limburg. Het project heeft geleid tot contracten met een aantal nieuwe klanten en leverde daarmee additionele reclameomzet op in 2010 en 2011. Het liet ons kennismaken met nieuwe salestechnieken en leerde ons dat er in Limburg nog voldoende potentieel is. Het project krijgt in 2011 een vervolg.

Organisatie

De commercieel directeur - tevens lid van het Managementteam - gaf eind 2010 aan dat de

functie onvoldoende aansloot bij zijn persoonlijke ambities. Hij heeft onze organisatie inmiddels verlaten. Dit geldt ook voor de adjunct-hoofd-redacteur. Wij danken hen voor hun inzet en betrokkenheid bij L1. Inmiddels zijn de vacatures voor beide functies ingevuld.

Strategisch Plan L1 2010-2014

Het Strategisch Plan L1 2010-2014 is in 2010 gereed gekomen, en de uitvoering is voortvarend ter hand genomen. Met betrekking tot het bereik is hierin een aantal kwantitatieve doelstellingen vastgelegd. Met L1 TV willen we een gemiddeld dagbereik halen van 25% op jaarbasis. L1 Radio streeft een marktaandeel na van 15% op jaarbasis en/of minimaal een tweede positie in Limburg. Met internet streven we naar 3.000.000 bezoeken per maand op www.L1.nl.

Een belangrijk punt in het plan is het continueren en uitbreiden van partnerships met organisaties en overheden. Zo hebben we met Media Groep Limburg een aantal inhoudelijke, multimediale samenwerkingsprojecten uitgevoerd. We zoeken naar mogelijkheden voor andere vormen van samenwerking die de positie van beide leidende mediabedrijven in Limburg kan versterken. Er is ook besloten de positionering en branding van L1, tien jaar na het ontstaan, opnieuw tegen het licht te houden en te herijken. Alle mediavormen nemen we hierin mee en er wordt gezorgd voor een consistente presentatie van L1 in de sociale media.

Op het gebied van HRM kent het plan een groot aantal actiepunten. Zo zijn in het kader van een nieuwe beoordelingssystematiek leidinggevend getraind in het houden van functionerings- en beoordelingsgesprekken. Ook werd een

werkbelevingsonderzoek gehouden. De verbeterpunten die dat opleverde zijn door het Managementteam geformuleerd en aan de medewerkers gepresenteerd. Het heeft geleid tot concrete actiepunten.

Toekomst

Op basis van het in 2010 gesloten nationaal regeerakkoord wacht de landelijke publieke omroep de komende jaren een omvangrijke bezuiniging. Daarnaast zullen ook provinciale overheden een deel van de algemene bezuinigingsdoelstelling van dit kabinet voor hun rekening moeten nemen. Het is in dit verband nog onduidelijk waar de financiering van de regionale publieke omroep in de toekomst komt te liggen: net als nu bij de provincie of net als voorheen bij de landelijke overheid?

In ROOS-verband zijn contacten gelegd met de landelijke publieke omroep (NPO) om te bezien hoe de regionale en landelijke publieke omroep meer kunnen samenwerken. Daarbij is het motto: behoud van kwaliteit, met respect voor ieders specifieke functie in het Nederlandse publieke omroepbestel. Voor L1 staat daarbij het behoud van zijn eigen identiteit voorop. Op basis van samenwerking en met een gezonde financiële uitgangspositie ziet L1 de toekomst met vertrouwen tegemoet.

Rob Stevens
algemeen directeur

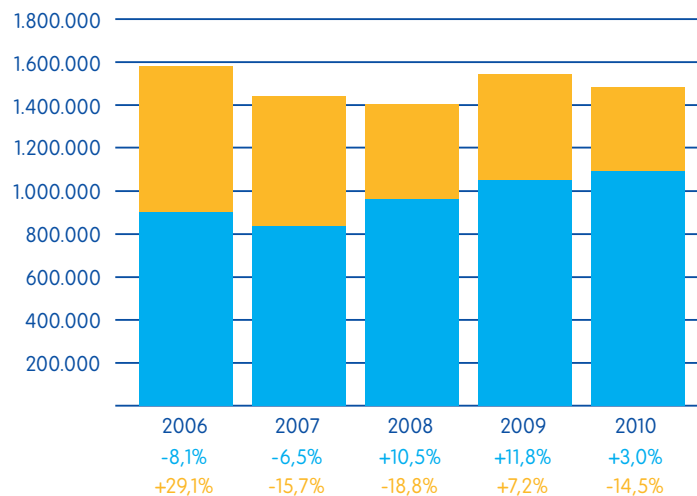
Open communicatie

Ernst & Young is de verantwoordelijke accountant voor L1. Inmiddels werken we alweer zes jaar intensief samen. Het vertrouwen tussen de Directie, Raad van Commissarissen, medewerkers van de financiële afdeling en Ernst & Young is groot.

Richard Pluymakers, partner Ernst & Young: “L1 is een mooi bedrijf met gezonde doelstellingen. In het huidige crisisklimaat probeert de omroep een bijzondere positie in het maatschappelijke veld waar te maken. Er wordt open en transparant gecommuniceerd, je kunt zeggen wat je wilt. Dat is prettig en bovendien noodzakelijk om tot een optimaal resultaat te komen. De belangen zijn immers groot. Onze primaire taak is het controleren van de cijfers van L1. Daarnaast fungeren we als sparringpartner en adviseren we over fiscale kwesties. Bijvoorbeeld op btw-gebied, dat voor L1 - gezien de publieke taak en juridische structuur - een complexe zaak is. Toch zie ik L1 als ieder ander bedrijf. Het is alleen een beetje apart, een soort klein Hilversum in Maastricht. De omroep heeft een publieke taak en tevens een commerciële tak die reclame-inkomsten genereert. Beide onder één dak. Het is een interessante organisatie om als accountant mee samen te werken. Overigens heb ik ook nog een andere band met L1, namelijk als kijker. Zo boden de debatten in de aanloop naar de Provinciale-Statenvierkiezingen me inzicht in de visie van Limburgse politici en politieke partijen. Daarvoor kun je niet bij de landelijke zenders terecht, maar het zijn zaken waar je als Limburger wel graag meer over wilt weten. De website van L1 bekijk ik geregeld, met name het regionale economisch nieuws houd ik bij. Dat is belangrijk voor Ernst & Young.”

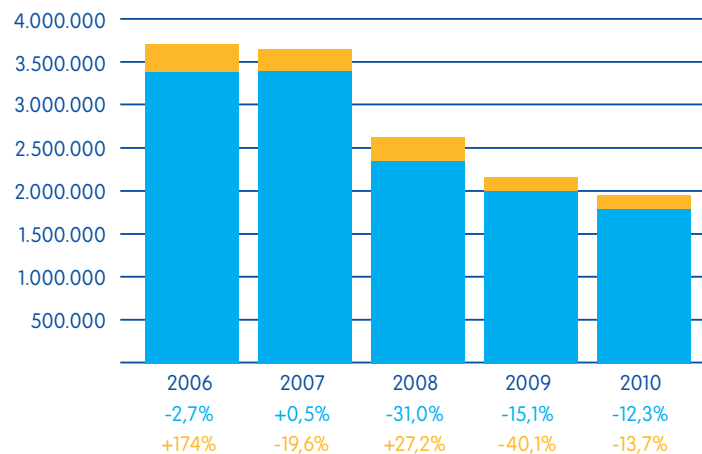
ONTWIKKELING RECLAME-OMZET L1 RADIO

(Bedragen in euro's)



ONTWIKKELING RECLAME-OMZET L1 TV

(Bedragen in euro's)

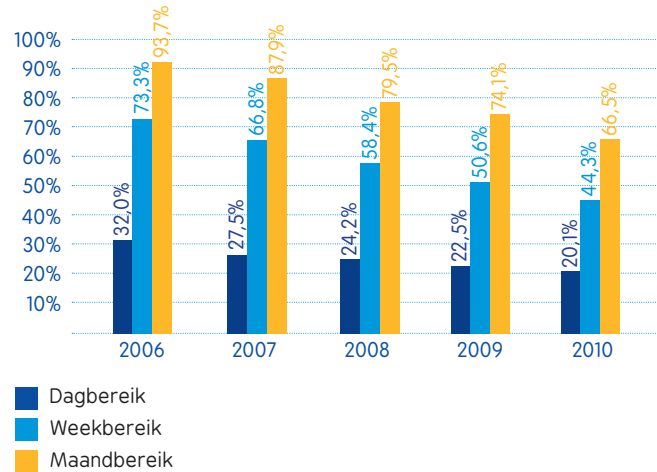


- nationale verkoop
- regionale verkoop
(incl. barters en sponsoring)



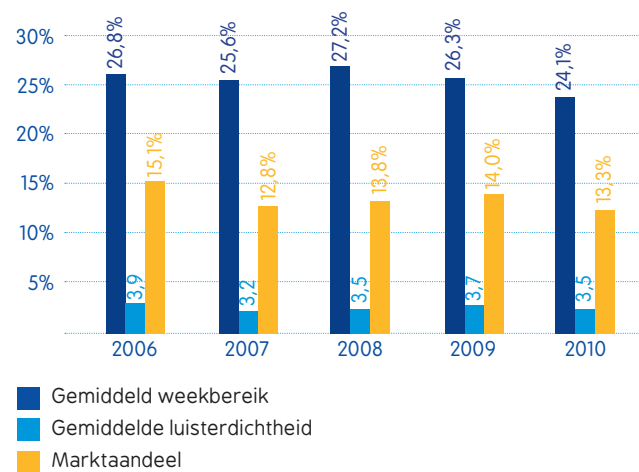
Ontwikkeling bereik van L1TV (dagbereik, weekbereik, maandbereik, vanaf 2006)

Bron: SKO Intomart GfK



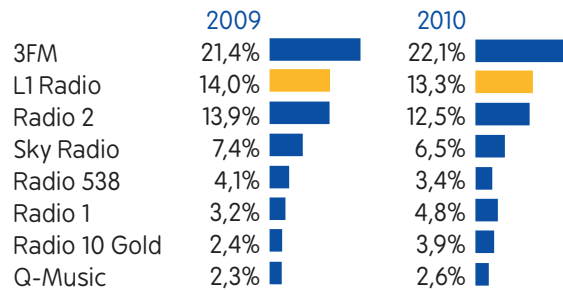
Ontwikkeling positie L1 Radio (gemiddeld weekbereik, gemiddelde luisterdichtheid en marktaandeel, vanaf 2006)

Bron: CLO Intomart GfK



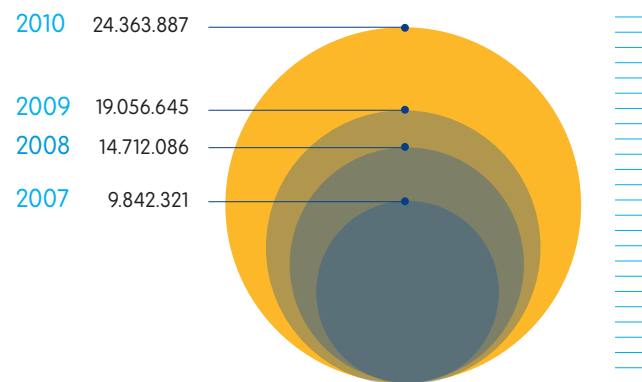
Rangorde radiozenders in Limburg 2010 t.o.v. 2009

Bron: CLO Intomart GfK



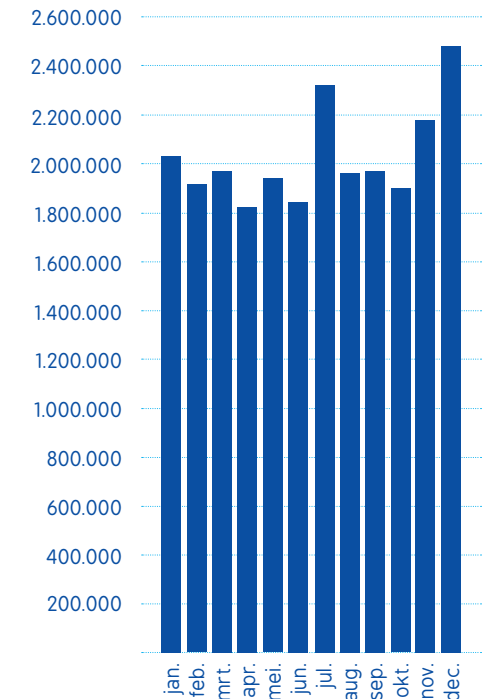
Bezoeken www.L1.nl afgelopen 4 jaar

Bron: Google Analytics



Bezoeken www.L1.nl 2010

Bron: Google Analytics



Thijs Metsemakers, hoofd communicatie LLTB: “De agrosector telt de meeste innovaties in ons land. De LLTB wilde dat meer belichten. Het speelt in Limburg immers zo’n grote rol en het is belangrijk voor de regionale en landelijke economie. Vanuit die gedachte zochten we ruim drie jaar geleden de samenwerking met L1. De regionale publieke omroep was voor ons, als Limburgse bond, een logische keus. Bovendien is L1 een uitermate professionele organisatie. De samenwerking bevalt prima en het programma wordt goed bekeken. Via KOPlopers gaan laagdrempelige onderwerpen, zoals de Limburgse blauwe bes- en soringenkwekers, er bij het grote publiek gemakkelijk in.

Ik hoop dat het ook jongere generaties aanspreekt. Want aan de agrarische sector kleeft nog steeds het ouderwetse ‘alleen-in-de-modder-ploegen’-imago. Toch is het juist een moderne sector die jonge mensen veel interessant werk biedt. Bovendien stijgt het opleidingsniveau voortdurend, dat is ook noodzakelijk om een stevige concurrentiepositie te behouden. De LLTB buigt zich ook geregeld over maatschappelijk complexere thema’s, zoals de voors en tegens van megastallen. In zulke onderwerpen mogen nieuwsprogramma’s op L1 zich best nog meer verdiepen. De meeste media lopen snel achter een protesterende actiegroep aan. Maar een doortimmerde visie op zo’n thema op een begrijpelijke manier aan het publiek voorleggen, daar is niet altijd plek voor. Daarmee kan een publieke omroep zoals L1 zich in de toekomst onderscheiden.”

Nederland is na de Verenigde Staten ‘s werelds grootste exporteur van landbouwproducten. Vijftien procent van alle werkende Limburgers heeft een baan in de agrofoodsector. Niet zo verwonderlijk dus dat het L1 TV-programma KOPlopers nooit een tekort aan onderwerpen heeft. Deze uitzendingen produceren we in samenwerking met onder meer de Limburgse Land- en Tuinbouwbond (LLTB).

LLTB

Innovatie op kop

AANWEZIG VIA VELE KANALEN

Wat mag de kijker, luisteraar en internetgebruiker verwachten van publieke regionale omroep L1? Hoe gaan we om met onze maatschappelijke verankering? Welk ambitieniveau hebben we? Publieke verantwoording vinden we volstrekt logisch. Wie met belastinggeld werkt, moet uitleg geven.

Voor ons programmatisch doen en laten hebben we vier uitgangspunten geformuleerd: de kwaliteit van de programmering is ons leidende principe, we streven naar partnerships met instellingen en organisaties, we gaan actief op zoek naar initiatieven met andere media en we maken een betrouwbare, onafhankelijke, actuele website.

Maatstaven

De legitimatie van de publieke omroep is niet vanzelfsprekend. Het kwantitatief bereik van de L1-media vormt een van de maatstaven om de legitimatie te borgen. Even belangrijk is de maatschappelijke relevantie; we gaan niet bij ieder programma alleen maar voor de kijk- of luistercijfers.

Op radio en tv moet volgens de wet minimaal 50% van de programma's in de categorie informatie, cultuur en educatie vallen. Alle categorieën komen aan bod, maar we geven prioriteit aan nieuws, achtergronden bij het nieuws, sport en (L1ve) evenementen. Vooral om financiële redenen moeten we heldere keuzes maken.

Gevarieerd aanbod

Met een gevarieerd aanbod willen we zoveel mogelijk verschillende interessegroepen bereiken. Onze publieke functie wordt waargemaakt met het héle pakket. Het gaat om de optelsom van de activiteiten via onze verschillende mediatypen: tv, radio en internet.

De nieuwswaarde van tv (in de avonduren) neemt af door het toenemende nieuwsaanbod via radio en vooral internet, inclusief bewegend beeld. Daarom moet het tv-nieuws toegevoegde waarde bieden door meer te doen aan duiding en achtergrondinformatie. In 2010 hebben we

daar een begin mee gemaakt in L1NWS. Daarnaast is er L1LT als dagelijks achtergrondprogramma.

Samenwerking

Door samen te werken met (maatschappelijke) organisaties, overheden en instellingen bereiken we meerdere doelen. We stralen betrokkenheid uit; L1 moet midden in de maatschappij staan. We kunnen kosten delen. Het vergroot de kans op medefinanciering door derden. En het biedt mogelijkheden om via andere distributiekkanalen consumenten te bereiken met onze programma's of onderdelen daarvan. Bij de keuze van partners richten we ons mede op partijen die inspelen op de vergrijzing in Limburg. Deze maatschappelijke ontwikkeling biedt veel kansen. Omdat L1 al een heel goed bereik heeft onder 50-plussers, is het immers aantrekkelijk om met de omroep samen te werken.

Partners

Al een aantal jaar hebben we goede ervaringen met partnerships. Vooral op het gebied van cultuur, zoals bij grote vastelaovesevenementen, de tentoonstelling Glocal Affairs, het Wereld Muziek Concours, het programma KOPlopers en de serie Expeditie Limburg. We hopen de komende jaren onze samenwerking met Media Groep Limburg uit te breiden. De Commissie Brinkman* juicht dat toe: "Het levert maatschappelijke winst op als sterke journalistieke spelers elkaar vinden in plaats van bestrijden." Uiteraard zorgen we ervoor dat onze journalistieke en programmatische onafhankelijkheid niet in gevaar komt. We streven ook naar samenwerking met lokale omroepen, met name bij het verslaan van (L1ve) evenementen. Op dagelijks journalistiek gebied is samenwerking met lokale omroepen incidenteel mogelijk.

Internet

Ons bereik via internet groeit hard en krijgt daarom veel aandacht. Die aandacht mag niet ten koste gaan van radio of tv, de meest gebruikte kanalen. De kanalen moeten elkaar juist versterken. Internet is een visueel medium; tekst speelt een steeds beperktere rol op mediasites. Wij hebben een perfecte uitgangspositie om mee te gaan in die toenemende beeldcultuur. Zowel inhoudelijk als technisch en logistiek.

We hebben geen grote financiële mogelijkheden om internet als volledig zelfstandige mediatak te ontwikkelen. De groei moeten we financieren uit de toenemende inkomsten die we via internet hopen te genereren. We faciliteren andere partijen om L1-content aan te bieden op hun eigen site. Denk bijvoorbeeld aan widgets en aangepaste RSS-feeds. Zo is L1.nl ook aanwezig op andere websites.

Video-on-demand

Omdat internet een visueel medium is, investeren we niet meer in audio op internet, behalve in L1ve radio, de internetzender Plat-eweg en items bij nieuwsberichten. Onze speerpunten zijn: L1ve tv en video-on-demand. Vooral dat laatste zal volgens ons de komende vijf jaar een fundamentele ontwikkeling blijken. Alle programma's staan op internet, meteen na de eerste uitzending. Daarmee kan ieder programma een *long tail* krijgen.

* Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers (Commissie-Brinkman) is op 12 januari 2009 ingesteld door minister Plasterk. Op 23 juni 2009 heeft de commissie advies uitgebracht.

VASTE PROGRAMMA'S EN SPECIALS

In onze programmering leggen we de nadruk op nieuws, achtergronden, sport en (L1ve) evenementen. Daarnaast bieden we ruimte aan speciale (thema)programma's. Variaseries maken we alleen nog in samenwerking met partners op het gebied van cultuur, onderwijs of economie. Ook in het verslagjaar hebben we nieuwe initiatieven van de grond gekregen. Een overzicht van bijzondere projecten.

Succesvolle samenwerking

In maart bezocht koningin Beatrix Valkenburg aan de Geul. Zij opende bij de Kasteelruïne het 125-jarig jubileum van VVV Nederland. Onderdeel van het programma was een bijzonder optreden van André Rieu en zijn orkest in de Gemeentegrot. We werkten in dit project nauw samen met de NOS. L1 was verantwoordelijk voor de L1ve registratie buiten, de NOS verzorgde de opnames in de grot en maakte 's avonds een samenvatting. Alle beelden werden uitgewisseld. Fabienne Nijsten en Sander Kleikers presenteerden het programma.

In de eerste week van mei blikten we terug op de Duitse bezetting. Op L1 Radio gingen verslaggevers op zoek naar de verhalen achter de vele oorlogsmonumenten in de provincie. Het Balkon

van Limburg kwam een dag L1ve vanuit het Liberty Park in Overloon. En de sportredactie zocht vijf sporters die in de oorlogsjaren actief waren: voetballer Wiel Coerver, bokser Harrie Bouvrie, wielrenner Sjefke Janssen, atleet Sjef Lataster en motorcoureur Thieu Cleutjens.

Op 5 mei werkten we opnieuw nauw samen met de NOS tijdens de landelijke start van Bevrijdingsdag in Roermond. Wim Kok sprak in De Oranjerie de 5 mei-lezing uit. Premier Jan Peter Balkenende ontstak het bevrijdingsvuur op de Markt, waarna Guus Meeuwis een concert gaf. Al deze activiteiten waren L1ve te volgen op L1 TV, met Tom Doesborg als presentator. Ook L1 Radio kwam die dag rechtstreeks vanuit Roermond.

Nieuwe Media

Internet ondersteunt steeds vaker de programmering op radio en tv. Een goed voorbeeld daarvan is de actie Het Leukste Dorp van Limburg. L1 en internetbedrijf SoapBox begonnen in maart met de tweede editie van deze verkiezing. Well werd uiteindelijk de opvolger van Nunhem. De wedstrijd was te volgen in het dagelijkse middagprogramma Goeiemiddag Limburg op L1 TV en via een speciale internet-site (www.hetleukstedorpvanimburg.nl).

Rond het Kerstconcert van het Limburgs Symfonie Orkest deden we een proef met onbemande camera's. De opnames zijn te zien op YouTube (www.youtube.nl/L1). Het concert kan in onderdelen worden bekeken en beluisterd. L1 en LSO willen met dit experiment nieuwe publieksgroepen bereiken. In 2011 gaan we hiermee door.

Sinds 2010 vervult Loes Meys de nieuw geïntroduceerde functie Coördinator Nieuwe Media. Het eerste half jaar hebben we vooral gebruikt om platforms te creëren op sociale netwerken als YouTube, Twitter, Facebook en Hyves. In 2011 geven we verder inhoud aan onze aanwezigheid op deze platforms. Daarnaast is de website www.L11.nl opgezet.

Toon Hermans

Donderdag 22 april was Toon Hermans Dag bij L1. Het was die dag precies tien jaar geleden dat één van Nederlands grootste humoristen overleed. L1 ging op zoek naar de nog levende herinneringen aan hem in zijn geboortestad Sittard. In nagenoeg alle programma's

op radio en tv stonden we stil bij Toon en zijn betekenis.

In september vroeg L1 een aantal Limburgse artiesten om zijn liedjes in het dialect te zingen tijdens het speciale concert Teun Ten Top op de Markt in Sittard. Onder andere Erwin Brepoels, Jack Vinders, Renée van Wegberg, Suzan Seegers, Sjef Diederer, Cyrille Niël en Sjef Schurgers verleenden hun muzikale medewerking. L1 registreerde het concert voor radio en tv. De uitzending was tevens het sluitstuk van de Week van de Dialectmuziek op onze zender. Het Teun-project werd door programmamaker Henk Hover opgezet. Facilitair werkten we nauw samen met de AVRO, die een dag later op dezelfde plek een concert opnam met landelijke artiesten.

Documentaires

Ons streven is om minimaal drie grote documentaires per jaar te maken, meestal met steun van het landelijke Mediafonds. In eigen beheer maakten we de documentaire Mist, over dementie op jonge leeftijd. Programmamaker Karin Hillebrand volgde vijf jaar lang het echtpaar Prevoo uit Valkenburg. Het leverde een indrukwekkend portret op van een man en vrouw die in de meest heftige fase van hun leven terecht komen. De film laat zien hoe Alzheimer steeds grotere schade aanricht in het hoofd van de patiënt. Hoe Lou van een spraakzame, goedlachse grote man verandert in een gekromde, depressieve, zenuwachtige patiënt.

Jeroen van den Kroonenberg maakte namens Omroep Venlo een bijzondere documentaire

over het Venlo Incident dat plaatsvond op 9 november 1939. Na dit incident - een ontvoering - viel Hitler Nederland binnen. De documentaire werd bekroond met de OLON-Award voor het beste tv-programma van een lokale omroep. Op 9 november zond ook L1 TV deze documentaire uit.

In opdracht van L1 maakte Hans Heijnen de documentaire Marskramers van God. De film gaat over Limburgse en Brabantse jongens die in de jaren vijftig als missionaris naar Brazilië vertrokken. Na een tijd van discipline, tuchtiging en zelfs mishandeling op het Klein Seminarie in het Overijsselse dorp Zenderen, werden jonge Karmelieten in 1956 op de boot gezet naar Brazilië, om negers en indianen te bekeren. De meeste jongens keerden zich later af van het celibaat en strenge leefregels en trouwden met Braziliaanse vrouwen. Slechts twee zijn pater gebleven. Deze documentaire werd gerealiseerd met steun van het Mediafonds.

Het Mediafonds ondersteunde ook de documentaire Varpullan, over de belangrijke Limburgse kunstenaar Arthur Spronken. Hij maakt zijn leven lang prachtige bronzen paardentorso's en vrouwenaakten. Nu hij 80 jaar is geworden, kan ieder nieuw beeld zijn laatste zijn. Documentairemaker Matte Mourik zocht hem op in Beek, waar de beeldhouwer werkt op zijn landgoed Varpullan.

Nieuwe programma's

Niveau TV Magazine was een van de nieuwkomers vanaf medio maart. De Limburgse fotograaf Guy van Grinsven combineert in

dit programma zijn eigen vak met tv-maken, waardoor originele reportages ontstaan. De kijker kijkt mee door de lens van de fotograaf. De reportages gaan over tradities, bijzondere mensen en zaken in de Euregio. Ook legt Van Grinsven relaties tussen onze grensstreek en gebruiken elders in de wereld.

Een ander nieuw initiatief was LIOF Yeah!, een tv-serie waarin studentondernemers hun idee voor een eigen bedrijf presenteerden. Iedere week werd een prijs weggegeven ter waarde van 35.000 euro. De jury bestond uit vier Limburgse ondernemers en de speciale gasten Jan Kees de Jager (demissionair minister van Financiën en oud-ondernemer) en Willem Vermeend (ondernemer en oud-minister van Sociale Zaken). LIOF Yeah! werd gepresenteerd door Leon Verdonschot. De regionale ontwikkelingsmaatschappij LIOF was onze partner in dit project. Ook hierbij werd internet (www.LIOFYeah.nl) nadrukkelijk ingezet ter ondersteuning van het tv-programma.

De sportredactie kwam met een nieuw programma aan de vooravond van de Amstel Gold Race. Het L1 Wielercfé werd op 16 april L1ve uitgezonden vanuit Amstel Gold Race Xperience in Valkenburg aan de Geul. Presentator Sander Kleikers sprak met bijzondere gasten uit de wielerswereld, onder wie de oud-winnaars Michael Boogerd en Eric van Lancker. Ook de renners van nu, zoals de Limburgers Roy Curvers en Rob Ruygh, namen plaats aan tafel. Bas van Mulken sprak met de (internationale) deelnemers aan de Toerversie van de Amstel Gold Race. Het L1 Wielercfé ontving in

maart 2011 een NL Award in de categorie live programma's. Dit is een jaarlijkse prijs voor de beste programma's van de regionale omroepen. De regisseur van dit programma was Lida Huver.

L1 Radio maakte maar liefst tien uur radio vanaf het nieuwe Heerlense zomerevenement Parkcity Live. Op beide festivaldagen in juni namen Tim op het Broek en Henk Hover de luisteraar mee naar het Bekkerveld.

In augustus deden we ook uitgebreid L1ve verslag van Pinkpop Classic. Hubert van Hoof maakte een speciale Hubert On The Air XL-uitzending vanaf het festivalterrein in Landgraaf, samen met verslaggevers Jacqueline Kerkhof en John Hendrix.

De landelijke meerdaagse Eneco Tour in augustus was voor het eerst rechtstreeks via L1 TV te volgen. Omdat Limburg een echte wielersprovincie is, gingen we in zee met de organisatie. Onze verslaggevers werden bijgestaan door oud-profrenner Max van Heeswijk, zelf meeroudig ritwinnaar in de Eneco Tour.

Een nieuw initiatief op muziekgebied was de Nazomerse Top 500. Vanaf 6 september werden een week lang zomerhits uitgezonden op de radio. De lijst bestond uit Engelstalige, Fransstalige, Duitstalige, Italiaanse en Limburgse muziek.

In september was de eerste aflevering van Chapeau! Cultuur. Een maandelijks tv-programma met veel aandacht voor kunst en cultuur in Limburg en de Euregio. Een vast thema in elke uitzending is de voortgang van Via 2018, dat



Ria Joosten
Catering & Evenementen

De cateraar en de omroep

Onze samenwerking met Ria Joosten Catering & Evenementen in Neer begon een paar jaar geleden toen onze reclameafdeling haar benaderde. We besloten dat zij op de beurzen waar L1 een stand heeft, voor bijzondere streekgerechten en drankjes zorgt, verantwoordelijk is voor de aankleding en horecavakmensen levert. In ruil daarvoor krijgt de onderneming commerciële zendtijd.

Ria Joosten: "Voorheen maakte ik nooit reclame, ik was het niet gewend. Maar inmiddels zie ik duidelijk de voordelen van commerciële profilering. Via L1 bereik ik een groot publiek. De deal die ik met L1 heb gemaakt, is dan ook absoluut de moeite waard. Mijn bedrijf bestaat inmiddels dertig jaar, maar in de oren van mensen die het niet kennen, kan de bedrijfsnaam de suggestie wekken dat het om een 'leuke mevrouw gaat, die een beetje kookt'. Via L1 kunnen we zowel de professionaliteit als alle andere aspecten van mijn bedrijf duidelijk profileren. En dat werpt zijn vruchten af. Bovendien vormt Limburg voor ons de grootste markt, dus dat sluit naadloos op elkaar aan. In 2010 stond onder meer BKD Limburg Noord op ons programma. Het thema was 'Kom genieten op BKD-Noord'. Daar hebben we L1ve cooking - het bereiden van gerechten op locatie - aan gekoppeld. De samenwerking met L1 is heel fijn, meteen vanaf de eerste keer: het contact verloopt perfect, besprekingen kosten weinig tijd, de aanpak is professioneel en de verhoudingen zijn gelijkwaardig. Het is niet zo dat L1 roept en wij draaien. We dragen beiden ideeën aan en daar vloeien mooie dingen uit voort."

de kandidatuur van Maastricht als Culturele Hoofdstad van Europa in 2018 voorbereidt. Het programma werd afgelopen jaar gemaakt door Jo Cortenraedt, Ludo Diels, Nira Kakerissa en Janine Kitzen en is een productie van Chapeau! Magazine in samenwerking met L1.

L1 TV begon tegen het einde van het jaar de nieuwe serie Herberg de Troost, een bijzonder muzikaal project van Jack Poels, Tren van Enckevort en andere Limburgse artiesten. De concert-opnames vonden plaats in de prachtige oude Limburgse boerderij van Lignum Antiquum in Broekhuizenvorst (gemeente Horst aan de Maas). Ook bij producenten van streekgerechten werden reportages gemaakt.

In het najaar was de nieuwe tv-serie Meesterwerkers te zien. Maurice Nijsten maakte hiervoor een aantal portretten van bijzondere Limburgers uit de kunst- en muziekwereld. Een aantal van hen is tot ver over de landsgrenzen bekend, zoals operazanger Hubert Delamboye uit Margraten.

Verkiezingen

We pakten flink uit tijdens de gemeenteraadsverkiezingen op woensdag 3 maart. We zonden op tv L1ve uit van 22.00 tot 24.00 uur, met Jan de Koning als centrale presentator. Er waren rechtstreekse verbindingen met verslaggevers in Maastricht, Heerlen, Sittard-Geleen en Roermond. Daarnaast hadden we gasten en analisten in de studio. De volgende ochtend om 7.00 uur was er een extra tv-programma over de verkiezingen. Voorafgaand aan de gemeenteraadsverkiezingen maakten we de serie Lijst Johan.

Daarin ging verslaggever Johan Hauser dagelijks op pad om te onderzoeken wat onder de Limburgse kiezers leeft.

In juni organiseerden we samen met de werkgeversorganisatie Ondernemend Limburg een groot verkiezingsdebat aan de vooravond van de Tweede-Kamerverkiezingen. In De Oranjerie in Roermond debatteerden zes politici met elkaar: Frans Timmermans (PvdA), Frans Weekers (VVD), Ger Koopmans (CDA), Teun van Dijck (PVV), Thijs Mulder (D66) en Jan de Wit (SP). De economie was het belangrijkste thema van deze verkiezingen. Dat was dan ook de rode draad in het L1mburg Stemt-debat. De presentatie was in handen van Leo Hauben.

Op de dag van de Tweede-Kamerverkiezingen in juni zonden we de hele avond L1ve uit vanuit het gebouw van Media Groep Limburg. Deze verkiezingsuitzending, met als centrale presentator Kris Németh, was een samenwerkingsproject met de Limburgse kranten.

Specials

Een van de specials was Reincarnatus in Concert, een registratie van een concert in Keulen. Reincarnatus, een Limburgse vrouwelijke pop/rockband, is bezig een vaste plek in de Nederlandse en Duitse muziekwereld te veroveren. Met hun middeleeuws instrumentarium, gecombineerd met popinstrumenten, brengen zij mystieke en stevige rocknummers.

L1 TV had in juli weer een André Rieu Week, met interviews, reportages en optredens, waaronder de hoogtepunten van de Vrijthofconcerten van

de afgelopen vijf jaar. Maastricht is elke zomer in de ban van André Rieu. In 2010 gaf hij met zijn Johann Strauss Orkest maar liefst acht concerten, meer dan ooit. Voor ons was dit grote jaarlijkse evenement aanleiding om uitgebreid aandacht te besteden aan deze Limburgse wereldster.

Rowwen Hèze bestond een kwart eeuw. Als opmaat naar het Verrassingsconcert van de band hadden we in september een Rowwen Hèze Week op radio en tv. Het tv-programma Goeiemiddag Limburg kwam vanuit de stamkroeg van de band: Café Boëms Jeu in America. Op L1 Radio was onder andere de Rowwen Hèze Top 50 te horen. Het afsluitend Verrassingsconcert in Den Bosch namen we samen met Omroep Brabant op.

De huldiging van Bert van Marwijk was donderdagavond 15 juli uitgebreid te zien op L1 TV. Hij verdiende volgens de gemeente Meerssen een speciaal eerbetoon, omdat Nederland de WK-finale bereikte. Tijdens de huldiging kreeg Van Marwijk het ereburgerschap van de gemeente Meerssen toegekend. Onze verslaggevers ter plekke waren Maurice de Heus en Frank Moonen.

De Keulse dialectband Black Fööss bestond 40 jaar en toerde met een jubileumconcert door het Rijnland. Veel Limburgers kennen nummers van de band. Met hulp van de Duitse tv-zender WDR liet het radioprogramma L1 Cultuurcafé in de zomer het concert Heim ins Veedel horen, opgenomen in de theaterzaal Comedia in Keulen. De bandleden vertelden over de geschiedenis van de Black Fööss.

Eind september werd de inmiddels traditionele Flikkendag Maastricht gehouden, met demonstraties door de hulpverlenende diensten. Uiteraard maakten ook de acteurs van de populaire TROS tv-serie Flikken Maastricht hun opwachting. In samenwerking met ENG Company en Politie Limburg-Zuid zonden we de activiteiten in de middaguren L1ve uit op L1 TV. De presentatie was in handen van Maarten Bonnemaijers en Aimée Charlier.

De maand november stond op L1 TV elke zondagavond in het teken van het Schlagerfestival Kerkrade, met artiesten uit Duitsland, Oostenrijk, Nederland en België. In het voorjaar kende het Schlagerfestival een succesvolle doorstart in de Rodahal in Kerkrade, met presentatrice Marijke Amado.

Vastelaovend

Op tv, radio en internet nam vastelaovend weer een prominente plek in. Zo zonden we op L1 Radio - verspreid over elf dagen - voor de tweede keer de Top 1111 uit. De vastelaovend-redactie selecteerde hiervoor de leukste Limburgse carnavalsliedjes. De presentatoren waren Tim op het Broek, Tom Doesborg, Henk Hover en Frans Pollux.

Op maandag 11 januari om 11.11 uur veranderde het non-stop dialectmuziekkanaal Plateweg.nl in een digitaal vastelaoveskanaal. Ruim een maand lang waren hier alleen maar vastelaovesplaatjes te horen. De omroep heeft ruim tweeduizend vastelaovesliedjes uit de hele provincie in de muziekcomputer, een heel bijzondere verzameling.

In november namen we in zaal Don Bosco in Heel twee vastelaoveszittingen op. De Joeksige Boètegewoeëne Binnezitting was daarmee geboren, in nauwe samenwerking met de Limburgse Vereniging Karnavals Artiesten en vastelaovesvereniging de Gangmaekers uit Heel. Dit nieuwe initiatief bood een podium voor artiesten die op de massa-evenementen onvoldoende tot hun recht komen.

L11 - zoals L1 tijdens de carnavalsdagen heet - voegde enkele nieuwe evenementen toe aan de programmering. Carnavalszaterdag werd in de middaguren Vastelaovend in Venlo uitgezonden, met alleen liedjes uit de rijke vastelaovestradië van Venlo. Ook nieuw was de L1ve uitzending van de grote optocht in Heerlen op zondagmiddag. Deze uitbreidingen passen in ons streven om nog meer vanaf locatie aandacht te besteden aan vastelaovend.

Uiteraard was de Brand Beer Boètegewoeëne Boètezitting in Venlo, met presentator Tom Doesborg, weer de officieuze opening van de Limburgse vastelaovend op zaterdagochtend. De finale van het Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoe (LVK), gepresenteerd door Henk Hover, was ook weer een van de hoogtepunten. Net als de Groeëte Gulpener Vastelaoves Finale in de laatste uren van carnaval.

Met halfvasten was L1 TV te gast bij de Mezeiker Vastelaoves Vereniging Het Heilig Wammes in Maaseik. De 134e Groeëte Internasjonale Hawf-vastestoet was voor de eerste keer L1ve op L1 te volgen. Met commentaar van Tom Doesborg,

historicus Wiel Janssens en oud-Heilig Wammes-vorst Freddy Corstjens.

Buiten de provincie

L1 komt ook buiten de provincie. We willen namelijk laten zien en horen hoe Limburgers elders in de wereld bezig zijn met hun passies. Een goed voorbeeld daarvan was de rubriek Azië geit Plat in het tv-programma Goeiemiddag Limburg. Het Limburgse koppel Ilona Steege en Eric Senssen besloot niet langer te dromen van een wereldreis. Ze maakten hun idee waar en legden dat wekelijks vast in een kort programma.

In mei stond de Belgisch-Limburgse hoofdstad Hasselt een week lang centraal bij L1. Goeiemiddag Limburg werd voor de gelegenheid uitgezonden vanuit het Jenevermuseum in Hasselt, met als gasten oud-NAVO-baas Willy Claes, komiek Armand Schreurs en Pukkelpop-organisator Chokri Mahassine. Het Balkon van Limburg zond L1ve uit vanuit de cafés op de Hasseltse Grote Markt. Limburgs Land koos de Japanse Tuin als uitvalsbasis. En L1 Cultuurcafé maakte een tocht langs de verschillende Hasseltse musea.

Eind augustus zonden we L1ve de culturoptocht uit van de Brabantse Dag in Heeze, dat tussen Weert en Eindhoven ligt. Door hiervoor samen te werken met Omroep Brabant kon L1 ook eens over de provinciegrenzen heen kijken.

Van en voor het volk

Joep Verbugt, voorzitter Stichting LVK: “Het Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoer en L1, inder tijd nog Omroep Limburg, zijn samen opgegroeid. Oud-L1-medewerker Alf Poel stond mede aan de wieg van het huidige LVK en besteedde er als radio-man veel aandacht aan. Met de opkomst van de tv werd de impact steeds groter, in 2010 trok de L1ve uitzending 254.000 kijkers. Wil je zo'n groot evenement in goede banen leiden, dan heb je een solide samenwerking nodig. Het LVK is bovendien geen eendags evenement. Er worden drie radio-uitzendingen aan de halve finale gewijd en de finale wordt L1ve op tv uitgezonden. Hoewel we dit 'kunstje' al lang samen doen, is geen jaar hetzelfde. Dat komt doordat de finale altijd ergens anders plaatsvindt. Daardoor hebben we jaarlijks met een andere, derde partij te maken. Het vereist een hoog organisatieniveau, maar L1 kan dat aan. Natuurlijk valt er ook altijd wat te verbeteren. Zo zou een centrale coördinatie vanuit L1 handiger zijn. Maar dat zijn kleine dingen. Je moet vasthouden wat goed is. En wat beter kan, moet je nastreven. Dat geldt zowel voor het LVK zelf als voor de uitzendingen. Het Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoer is mede dankzij L1 geworden tot wat het nu is: een evenement 'van en voor het volk' - precies datgene waarvoor L1 ook staat.”

Het Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoer (LVK) is bij uitstek een volkscultureel festival. Het moet via een regionale publieke omroep bij de mensen worden gebracht. De landelijke omroep is immers niet geïnteresseerd in het LVK; in de rest van het land weten ze niet wat het is. Het LVK en L1 hebben elkaar dus nodig.

TECHNISCHE PARTNERS ALTIJD BINNEN HANDBEREIK

Naast onze eigen mensen kunnen we dagelijks rekenen op vaste partners die ons ondersteunen met de technische realisatie van onze programma's. Dankzij langdurige samenwerking zijn we goed met elkaar vertrouwd en kunnen we alles zonder taboe bespreken. Op technisch vlak wisselen we regelmatig van gedachten over de nieuwste technieken en standaarden. Zo kunnen we zaken goed op elkaar afstemmen en mooie programma's maken.



Camerawerk

The ENG Company bezorgt ons elke dag één of meer cameramensen met de bijbehorende apparatuur. Vanuit Heerlen, Tilburg, Den Bosch en Utrecht stuurt het bedrijf mensen op pad. Dat het ook buiten Limburg werkt, biedt veel voordeel. We besparen reis- en werktijden wanneer we buiten de provinciegrens actief zijn. Dankzij continu contact tussen onze eigen planners en die van The ENG Company halen we het maximale uit de inzet van onze eigen en externe cameramensen. Voor ons bestaat er dan ook geen verschil tussen beiden wanneer we taken verdelen of coaching bieden in het kader van permanente educatie.

Satellietwagens

The ENG Company is ook onze huisleverancier voor TV satellietwagens. Het bedrijf garandeert ons 24/7 de beschikbaarheid van minstens één SNG-wagen. Hiervan maken wij gemiddeld drie keer per week gebruik.

Multicamera

L1 zendt vaak programma's of evenementen uit vanaf locatie. Viditech AV Faciliteiten is dan onze 'huisleverancier' voor een beeld- en regiewagen. Het bedrijf neemt een groot deel van het productioneel werk uit onze handen. Soms ook de volledige productie, inclusief het regelen van de bemanning. Op Viditech kunnen we altijd rekenen, ze zijn uiterst professioneel en betrouwbaar. De afstand met de thuisbasis Enschede is enkel een fysieke afstand. Ze zijn inmiddels zó vertrouwd met de Limburgse cultuur, dat je nauwelijks in de gaten hebt dat ze geen Limburgers zijn.

Voor kleinere producties met maximaal vier camera's zoeken we het dichterbij huis. Bij themaweken en optochten zijn T36 uit Maastricht en Track 88 uit Beesel geschikte partners voor L1. Onze samenwerking is altijd prettig en professioneel.

Audio applicatie Luci

Technica del Arte ontwikkelde enkele jaren geleden de applicatie Luci waarmee je professionele geluidsopnames kunt maken, monteren én naar de studio kunt sturen via het mobiele netwerk. L1 stond mede aan de wieg van deze ontwikkeling. Internationaal werd deze applicatie door verschillende grote omroepen, waaronder BBC, ingezet voor de dagelijkse verslaggeving. Nu werkt dit Maastrichtse bedrijf aan de nieuwste generatie van deze applicatie, waarmee het mogelijk wordt om via een standaard iPhone L1ve uit te zenden met studiokwaliteit audio. L1 heeft afgesproken om deze software grondig te testen en bruikbare input te verschaffen aan Technica del Arte. Samen kunnen we het product nog verder ontwikkelen.

Decors

Vanwege steeds nieuwe en wisselende programma's en projecten is heel vaak behoefte aan decors of de aankleding daarvan. Afgelopen jaar vonden we hiervoor vaste partners binnen onze regio. Onze eigen vormgever ontwerpt de decors in 3D en Ruud Frijns van All-Maxx Expo Maastricht coördineert de uitvoering in zijn eigen atelier. All-Maxx Expo is inmiddels ook onze partner voor de bouw van onze stand op de Bedrijven Kontakt Dagen (BKD) Zuid en Noord.

Ook de aankleding van decors is een vak apart. Hiervoor werken we sinds kort samen met ruimtelijk ontwerper Magali Snelder. Zij slaagt erin om de decors met minimale tijd en mogelijkheden een nieuw thema of een nieuwe uitstraling te geven.

Belichting

Zonder goede belichting komen een decor en aankleding niet tot z'n recht. Sebastiaan Meijer van Bastel Producties is een meester in het creëren van de juiste sfeer met een paar 'simpele lampjes'. Sinds een aantal jaren verzorgt hij samen met Paul Pelen van Xymio het lichtdecor voor het Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoeer, één van de topproducties van L1, en voor tal van andere, kleinere producties.

L1ve tv via internet

Onze website wordt steeds vaker gebruikt voor het uitzenden van L1ve tv-evenementen, zoals de Eneco tour en de 11de van de 11de. Om de grote stroom kijkers op onze website te kunnen verwerken, heeft onze afdeling ICT de achterliggende techniek grondig aangepast. Dat gebeurde samen met DutchView. Met behulp van hun streaming video diensten kunnen wij het groot aantal kijkers via de website verwerken.

Firewall in eigen beheer

De toenemende omvang van ons netwerk zorgt voor flinke technische uitdagingen en flexibiliteit. We moeten kunnen anticiperen op een veranderende situatie. Daarom doet ICT het beheer van alle systemen zoveel mogelijk zelf. Hierdoor kan deze afdeling sneller en gericht inspelen op vragen vanuit de organisatie. Begin

2010 hebben we de firewall - de bescherming tegen inbrekers vanuit het internet - overgenomen van KPN. Voor het beheer ervan zorgen we samen met onze partner Ictivity.

Nieuwe website

Samen met de regionale omroepen West, Zeeland, Rijnmond en Drenthe is L1 begonnen met de voorbereidingen voor een nieuw Content Management Systeem (CMS) voor onze website. Dit gebeurt in ROOS-verband (Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking). Dankzij de samenwerking met andere regionale omroepen kunnen we een website ontwikkelen die anders buiten onze budgettaire mogelijkheden zou vallen.

Burli NE

In 2009 is het redactiesysteem Burli NE geïnstalleerd. We zijn één van de eerste bedrijven die hiermee werken. De afdeling ICT en het bedrijf Burli werken nog steeds nauw samen om het systeem verder te optimaliseren.

The ENG Company

Gelijk-gestemden

Math Nilwik: “ENG en L1 zijn bijna onlosmakelijk met elkaar verbonden. Ik zou het echt als een persoonlijke vlek op mijn blazoen beschouwen als ik, als Heerlenaar met een Limburgs bedrijf, niet meer met L1 zou kunnen samenwerken. Neem nou de carnavalsoptocht in Heerlen die is uitgezonden door L1. Die L1ve registratie moet en zal ik doen, dat is een prestigekwestie. Hoewel The ENG Company ook ver buiten de Limburgse provinciegrenzen opereert - onder meer voor RTL Nieuws, Nieuwsuur en Brandpunt - vind ik de samenwerking met Limburgse tv-professionals net even anders. Met mede-Limburgers werken, is niet per se gemakkelijker, maar je bent onder gelijkgestemden. Dat is een mooi gevoel. Ik zou het fantastisch vinden als L1 hier in de toekomst een heuse tv-industrie zou kunnen opzetten. Nu worden veel faciliteiten voor grote programma's nog uit de Randstad ingehuurd, denk aan belichting en decors. En een grote studio heeft Limburg ook niet. Het is toch triest dat Rowwen Hèze vorig jaar voor het 25-jarig bestaan naar de Brabanthallen in Den Bosch moest uitwijken? Wat dat betreft moeten we allemaal wat groter denken, daar zijn we nog te Limburgs in. Er kan hier nog zo veel meer.”

Technisch facilitair bedrijf The ENG Company - 'ENG' voor insiders - uit Heerlen werkt al sinds de begindagen samen met Omroep Limburg. Math Nilwik en compagnon Jos Hoogeveen leveren dagelijks cameramensen. Hun satellietwagen wordt ingezet bij belangrijke gebeurtenissen en evenementen. En The ENG Company produceert ook uiteenlopende programma's voor L1, zoals de Tent van Emil en Het WMC journaal.

VOOR HET BELANG VAN MEDEWERKERS ÉN BEDRIJF

De Ondernemingsraad (OR) heeft ook in 2010 weer constructief overleg gevoerd met onze Directie. We kwamen daarvoor vier keer formeel en vier keer informeel bij elkaar. Op uitnodiging van de OR schoof drie keer een gast aan: de voorzitter van de Raad van Commissarissen, de commercieel directeur en de hoofdredacteur. Tijdens de overleggen kwam de OR vooral op voor het welzijn en de arbeidsomstandigheden van de medewerkers van L1.

Welzijnsonderzoek

Afgelopen jaar vroegen we de bestuurder om een welzijnsonderzoek uit te voeren onder onze medewerkers en freelancers. Zo wilden we inzicht krijgen in het welzijn en de arbeidsomstandigheden binnen L1. In het kader van de risico-inventarisatie en -evaluatie (RIE) heeft dit onderzoek plaatsgevonden, met ondersteuning van een werkgroep die werd gevormd door Fabiënne Rousch (HR-Manager L1), Nico van Kalsbeek (Arbo Adviesburo Van Kalsbeek) en Edwin Maas (OR-lid). De uitkomsten van dit onderzoek zijn inmiddels teruggekoppeld aan de afdelingen. Er zijn verschillende verbeterpunten genoemd met bijbehorende acties. In 2012 wordt opnieuw een onderzoek uitgevoerd

om te kijken of de aanpak heeft geleid tot een beter sociaal milieu binnen L1.

Instemmingsverzoeken

Afgelopen jaar kregen we diverse instemmingsverzoeken. Zo hebben we de functie- en beoordelingsgesprekken nieuwe stijl (conform de 5-punten beoordeling) gehonoreerd. Verder hebben we gevraagd om de daadwerkelijk gemaakte parkeerkosten te vergoeden aan medewerkers. Dit leidde tot een proef die inmiddels is verlengd. De evaluatie ervan vindt medio 2011 plaats. Na lang beraad hebben we ook positief ingestemd met de nieuwe vakantieregeling, waarvoor een vakantiekaart wordt ingevoerd. Dit geeft leidinggevenden een overzicht over het

hele jaar in plaats van losse A4-tjes per medewerker. Bovendien is voortaan binnen twee weken duidelijk of de aangevraagde vakantie wordt gehonoreerd. Daarnaast is er nu bedrijfsbreed een planningsmoment voor de zomer- en de kerstvakantie.

Bezetting OR

In 2010 vond een wisseling van de wacht plaats. Sinds februari versterkt Jolanda van Kesteren de OR als vervanging voor Roger Prevaes. Geoff Vane en Carla van de Wetering verlieten eind 2010 per direct de OR. En ook Frank Ruber kondigde aan het eind van het jaar aan dat hij stopt. Zij worden in 2011 opgevolgd.

De OR in 2010:

Frank Ruber
voorzitter
Carla van de Wetering
vice-voorzitter
Lida Huver
secretaris
Jolanda van Kesteren
Edwin Maas
Jos Thijs
Geoff Vane

Ondernemende samenwerking

In 2010 wilde NV Industriebank LIOF, ter ere van het 35-jarig bestaan, een nooit eerder benaderde doelgroep - studenten, ouders en onderwijsinstellingen - op een laagdrempelige manier laten kennismaken met ondernemerschap. Daarvoor werd LIOF Yeah! bedacht, een competitie voor studentondernemers. Die werden via internet geselecteerd en mochten vervolgens hun businessplan presenteren. De winnaars werden beloond met € 35.000,-. LIOF benaderde L1 voor een tv-serie over deze startende ondernemers.

Frans Ridderbeekx, LIOF pr-manager:

“We wilden een serie maken die ondernemerschap op een positieve en aantrekkelijke manier onder de aandacht brengt. Dankzij de constructieve en prettige samenwerking met L1 is dat gelukt. De omroepleiding heeft ons geholpen om ons uitgangspunt te vertalen in spannende televisie, dat was heel waardevol. De vijf uitzendingen werden achter elkaar opgenomen op één hectische, maar efficiënt georganiseerde dag. Het resultaat? Een professionele en gelikte serie. Goed gepresenteerd, goed geregisseerd, goed belicht, goed gemonteerd. Volgens ons een van de beste L1-producties ooit. Economie is niet altijd het meest voor de hand liggende onderwerp voor tv-formats. Toch zie ik in de toekomst meer mogelijkheden op dat gebied voor L1.

Buitenlandse en landelijke zenders richten zich er immers ook op. Voor een maatschappelijk ingestelde publieke omroep ligt daar tevens een rol: breng ondernemerschap en alle daaraan verwante zaken onder de aandacht. De samenwerking tijdens LIOF Yeah! heeft bewezen dat de handen ineen slaan tot mooie resultaten leidt. De respons was zo positief, dat we bekijken of we nog eens met een soortgelijk format aan de slag kunnen gaan.”

VERANDERINGEN IN OMROEPLAND LEIDEN TOT MEER CREATIVITEIT

De Redactieraad - een gekozen vertegenwoordiging van de redactie - overlegt maandelijks met de hoofdredacteur en adviseert over programmabeleid en aanverwante zaken. In 2010 boog de raad zich onder andere over het Strategisch Plan, het tienpuntenplan dat de daling van kijk- en luistercijfers moet stoppen, social media en de richtlijnen rond het gebruik hiervan. Ook de aangekondigde aandelenverkoop van Media Groep Limburg B.V. en Attero B.V. had en heeft de bijzondere aandacht van de raad.

Twee leden van de redactieraad namen plaats in de selectieadviescommissie die werd ingesteld na het vertrek van adjunct-hoofdredacteur Philip Hilven, eind 2010. De procedure heeft inmiddels geleid tot een opvolger in wie we veel vertrouwen hebben: Marjo L'Homme. Zij begint op 1 mei 2011 en de raad wenst haar veel succes.

Programmakoers

2010 was ook het jaar waarin de eerder ingezette programmakoers verder vorm kreeg. Er is een basisprogrammering, die wordt aangekleed

met veel L1ve evenementen. Deze formule leidt tot pieken in de kijk- en luistercijfers én we vergroten er onze zichtbaarheid en naamsbekendheid mee.

Platform verbeteren

De veranderingen in omroepland, als gevolg van trends en politiek, ontzien ook de regionale zenders niet. Dit heeft als positieve keerzijde dat er allerlei creatieve radaren in werking zijn gezet. Afgelopen jaar zochten we naar manieren om samen met de regionale dagbladen ons platform

te vergroten. Dit leidde tot projecten als het Jaar van de Vlinder (debatten in Parkstad, www.jaarvandevlinder.nl) en Mijn Heilust (over bevolkingskrimp, www.mijnheilust.nl). Beide zijn opgenomen in de programmering van 2011.

Samen met private partij

Zeker zo interessant is een gezamenlijk nieuwsplatform op internet, dat volgens de redactieraad veel kansen en mogelijkheden biedt. Natuurlijk moeten we kritisch blijven. Het gaat tenslotte om een samenwerking tussen een publieke (L1) en een private partij (Media Groep Limburg). Maar wellicht vinden we samen meer mogelijkheden om meer inkomsten uit internet te genereren. Via dat medium blijft ons bereik immers flink groeien.

De Redactieraad in 2010:

Sandra Horrichs

voorzitter

Hubert van Hoof

Mia Frederiks

Marco Meertens

Fabienne Nijsten

Natascha Corbeek

SAMENWERKING BIEDT L1-MEDEWERKERS CONTINUÏTEIT

Voor de afdeling HR stond 2010 vooral in het teken van het actualiseren van bestaande systemen en regelingen. Dat deden (en doen) we echter niet alleen. Om HR vraagstukken professioneel aan te pakken, maken we afspraken met externe partijen die ons daarbij ondersteunen. Dankzij langdurige samenwerking leren die ons steeds beter kennen. Daardoor kunnen ze goed inschatten wat de behoeften zijn van ons bedrijf en onze medewerkers. Zo kunnen wij de continuïteit waarborgen.



Beoordelingsformulieren

Het jaar begon met het aanpassen van de beoordelingsformulieren aan de nieuwe systematiek. In de oude lay-out werd nog op twaalf criteria beoordeeld; dat zijn er nu tien. Bij het aanpassen van de beoordelingsformulieren hoort ook het houden van functionerings- en beoordelingsgesprekken. Daarin zijn in mei de leidinggevenden getraind. In september hebben we voor alle medewerkers een succesvolle workshop georganiseerd. Daarmee wilden we ze bewust maken van de wijze van beoordelen en het gegeven dat ze verantwoordelijk zijn voor hun eigen loopbaan.

HR in het Strategisch Plan

HR was nauw betrokken bij het opstellen van het Strategisch Plan L1 2010-2014. Daarbij gingen we uit van de kernwaarden: ontwikkeling, integriteit, respect, vernieuwing en samenwerking. Dat houdt in dat alles draait om bedrijfstrots, veranderingsgezindheid, kwaliteitsverbetering, flexibilisering en permanente educatie. Enkele zaken uit het Strategisch Plan zijn al in 2010 opgepakt, andere worden in komende jaren doorgevoerd of ontwikkeld.

Werkbelevingsonderzoek

We zijn in zee gegaan met een arbo-organisatie die gespecialiseerd is in werkbelevingsonderzoeken. Zo'n onderzoek werd in maart en april voor de eerste keer bij L1 uitgevoerd. Hiervoor werden 144 vragenlijsten verspreid onder het vaste personeel en freelancers; 68% reageerde. Op basis van de antwoorden en uitkomsten kregen de leidinggevenden handreikingen om

knelpunten te verbeteren. Hier zijn zij immers verantwoordelijk voor. Verbetermogelijkheden zijn er op het gebied van werkdruk, overleg en inspraak, onderlinge sfeer, manier van leidinggeven, loopbaan en ontplooiing, waardering, informatie, klimaat/arbo/veiligheid en beleid rondom freelancers. De afdeling HR zal monitoren of deze zaken daadwerkelijk worden aangepakt.

BHV

Ook voor de organisatie van bedrijfshulpverlening (BHV) hebben we langetermijnafspraken gemaakt met een partner. Daardoor kunnen we ontruimingsoefeningen en trainingen efficiënter inzetten. In een jaarplan hebben we vier contactmomenten opgenomen met dat externe bedrijf. Verder is het BHV-plan geactualiseerd en een aantal medewerkers opgeleid tot BHV'er. Daarmee beschikken we nu in totaal over vijftien BHV'ers.

Advies en ontplooiing

In de CAO is opgenomen dat jaarlijks een bedrag per medewerker wordt gereserveerd, waarmee hij of zij eens per vijf jaar een loopbaanadvies kan krijgen. Eind 2010 hebben we hier voor het eerst over gecommuniceerd. Dit advies kan gericht zijn op de balans tussen werk en privé, op het huidige functioneren of andere mogelijkheden binnen of buiten L1. De medewerker staat in elk geval altijd centraal en mag zelf bepalen of L1 wordt betrokken in het verdere loopbaanadvies. In het kader van ontplooiing van medewerkers heeft een eindredacteur van de nieuwsredactie

meegedaan aan een uitwisselingsproject. Van 8 maart tot 27 april werkte hij bij de WDR in Aken mee aan het nieuws.

Vergoedingen

De afdeling HR hield zich afgelopen jaar bezig met diverse vergoedingen: de verhoging van reiskosten voor woon/werkverkeer van € 0,10 naar € 0,15 per kilometer, de vergoeding van het parkeerkaartje bij zakelijke reizen, de leaseautoregeling voor MT-leden en accountmanagers en de variabele beloning voor accountmanagers.

CAO

De CAO liep tot 31 december 2010, maar bleef daarna van kracht. De onderhandelingen begonnen aan het einde van het eerste kwartaal van 2011.

Personeelsbestand

Op 31 december 2010 telden we 100 medewerkers: twee met een contract voor bepaalde tijd en 98 met een voor onbepaalde tijd. Er kwamen afgelopen jaar drie medewerkers in dienst en twee verlieten L1. De vacaturestop werd gehandhaafd bij formatieplaats uitbreidingsaanvragen. Bij elke vrijgekomen functie is kritisch gekeken of we deze op dezelfde manier blijven invullen. Een nieuwe functie is de coördinator nieuwe media. Deze is per september ingevuld, mede door de snelle opkomst van sociale media. Voor het omgaan door medewerkers met deze nieuwe media is een interne richtlijn opgesteld.

Aantal fte's op 31 december 2010

	Programma	Techniek	Overig	Totaal
Radio/tv/internet	47,78	19,22		67
Directie/staf/alg. zaken			10,65	10,65
Reclame			9,89	9,89
Totaal	47,78	19,22	20,54	87,54

Aantal fte's op 31 december 2009

	Programma	Techniek	Overig	Totaal
Radio/tv/internet	48,96	18,38		67,34
Directie/staf/alg. zaken			11,50	11,50
Reclame			10,05	10,05
Totaal	48,96	18,38	21,55	88,89

Opbouw personeelsbestand 2010

Leeftijdscategorie	Man	Vrouw	Totaal
15 t/m 24 jaar	1	1	2
25 t/m 34	7	2	9
35 t/m 44	29	17	46
45 t/m 54	18	11	29
55 t/m 59	11	1	12
60+	1	1	2
Totaal	67	33	100

Gemiddelde leeftijd personeel 2010: 44,2 jaar

Opbouw personeelsbestand 2009

Leeftijdscategorie	Man	Vrouw	Totaal
15 t/m 24 jaar	2	0	2
25 t/m 34	9	3	12
35 t/m 44	29	15	44
45 t/m 54	18	11	29
55 t/m 59	10	1	11
60+	1	1	2
Totaal	69	31	100

Gemiddelde leeftijd personeel 2009: 43,55 jaar

Rob van der Giessen

In november ontvingen we het trieste bericht dat Rob van der Giessen was overleden. Hij stopte begin november na 27 jaar als weerman, wegens een ongeneeslijke ziekte. Nog diezelfde maand overleed hij. Zijn eerste weerbericht verzorgde hij in 1983 bij de toenmalige Limburgse radiozender ROZ. Rob had de mooie combinatie: heel kundig op zijn vakgebied en heel prettig in de omgang. Ook op radio en tv had hij een rustige stem en uitstraling. Dat bleek tevens uit de berichten die we van kijkers en luisteraars ontvingen.

Ziekte en verzuim

Het ziekteverzuimpercentage is in 2010 gedaald tot 2,69%. In 2009 was dit 3,17% en in 2008 6,31%. Dit cijfer is exclusief zwangerschapsverlof. Het aangescherpte verzuimbeleid werpt zijn vruchten af.

De verzuimfrequentie was echter iets hoger: 1,10 ten opzichte van 0,9 in 2009. Deze frequentie is de verhouding tussen het aantal verzuimgevallen en het aantal personeelsleden. Sinds 2009 worden medewerkers die frequent verzuimen, opgeroepen voor het spreekuur bij de bedrijfsarts. Dat gebeurt na de vierde ziekmelding binnen twaalf maanden.

Voor de externe vertrouwenspersoon was het rustig. In 2010 nam niemand met hem contact op.

André Rieu. Geen enkele andere naam is internationaal zo bekend en tegelijkertijd zo verbonden met Limburg als die van de Maastrichtse Stehgeiger. Al sinds de eerste reeks Vrijthofconcerten in 2005 - indertijd drie - werkt zijn productiebedrijf nauw samen met mediapartner L1.



Kerstin Cornelis, pr- en persmanager van André Rieu: “Grote, landelijke omroepen in Europa, de Verenigde Staten, Zuid-Amerika en Australië staan in de rij om verslag te doen van alle muzikale Rieu-evenementen. Desondanks mag het belang van regionale zenders nooit worden onderschat. Er kijken heel veel mensen naar de programma’s van regionale omroepen. Het zou dan ook dom zijn om die uit te sluiten bij bijvoorbeeld een concertregistratie. Aangezien L1 de grootste is in Limburg, is het voor ons de voor de hand liggende regionale samenwerkingspartner in deze provincie. Bovendien wonen ontzettend veel Limburgers de Vrijthofconcerten bij. In dat opzicht is zowel de redactionele als commerciële zendtijd belangrijk. Het is een evenwichtig partnership waarbij het mes aan twee kanten snijdt: L1 kan het niet maken om geen aandacht te besteden aan zo’n groot artiest en omgekeerd hebben wij er belang bij om regionale media-aandacht te genereren. Soms krijgt L1 zelfs een beetje ‘voorrang’. Zo hebben de L1-kijkers de afgelopen jaren een aantal grote tv-specials - van onder meer ZDF - kunnen zien. Daarvoor kregen andere regionale omroepen geen toestemming. Ook dankzij de goede band tussen programmamaker Jo Cortenraedt en Rieu ontstaan vaak mooie dingen. André maakt veel tijd voor zijn programma’s vrij, iets waar zelfs internationaal gerenommeerde journalisten jaloers op zouden zijn.”

André Rieu Productions B.V.

Belang regionale zender nooit onderschatten

SAMENWERKEN DOE JE NIET ALLEEN

Er gaat in de wereld van de publieke omroep geen jaar voorbij zonder verrassingen. Zo ook in het achter ons liggende jaar. Dat houdt het spannend. De druk op de publieke omroep neemt toe. De nieuwe regeringscoalitie vindt het allemaal wat veel van het goede. De regionale publieke omroepen komen hierbij minder op de tocht te staan dan de landelijke. Uiteindelijk zouden de regionale publieke omroepen er wel eens versterkt uit kunnen komen. De toekomst zal het leren. Stichting Omroep Limburg heeft geprobeerd haar opvatting hierover goed voor het voetlicht te brengen, samen met de andere regionale omroepen binnen het samenwerkingsverband ROOS.

Het Stichtingsbestuur en zeker de Stichtingsraad hebben ook in 2010 veel aandacht besteed aan de binding met de Limburgse samenleving. De leden van de Stichtingsraad vertegenwoordigen ieder een bepaalde maatschappelijke stroming in Limburg. Via contacten met organisaties peilen en versterken zij het draagvlak voor L1. Daarvoor worden per stroming ook een à twee keer per jaar aparte bijeenkomsten belegd. De

zoektocht naar beter blijft een opdracht. Hoe kun je een partnership versterken? Hoe voorkom je dat je alleen maar doorgeefluik wordt? We hadden hierover boeiende discussies, die mede de basis vormen voor het vaststellen van de nieuwe programmaopdracht 2012-2017.

De samenwerking binnen Stichting en Stichtingsraad verliep goed. De samenwerking met de (Hoofd)redactie, Directie en het Management van L1 eveneens. Altijd weer is duidelijk dat ieder op zijn/haar plaats veel kan willen, maar dat dit alleen maar succesvol is als je het samen doet. In 2010 leidde samenwerking weer tot een boeiende programmering van L1. Ook hier geldt de opdracht om te blijven zoeken naar beter. Aan die opdracht werken alle betrokkenen met passie en ambitie.

In onze rol als aandeelhouder werden wij geconfronteerd met een onverwachte ontwikkeling. De twee collega-aandeelhouders lieten ons medio 2010 weten dat ze van hun aandelen af wilden. Het beëindigen van de samenwerking met hen had voor ons niet gehoeven. Wij zaten enerzijds

niet te wachten op een mogelijke financiële aderlating om de aandelen (deels) te verwerven. Anderzijds vonden we dat we deze kans om onze positie als aandeelhouder te versterken ook niet mochten laten lopen. Vele gesprekken en briefwisselingen volgden elkaar op. Ons uitgangspunt was om de in 1999 tussen de aandeelhouders vastgelegde procedure te eerbiedigen. We hebben de situatie ook aan het provinciaal bestuur voorgelegd. Van die zijde kregen we alle steun voor de belangrijkste eis: dat de publieke status van L1 op geen enkele wijze gevaar mag lopen. Op dit moment is nog niet helder wat de uitkomst zal worden.

Voor mij is dit de laatste bijdrage aan het jaarverslag van L1. Ruim elf jaar mocht ik als voorzitter van de Stichting mede richting geven aan de publieke regionale omroep in Limburg. Dat was een eer en een uitdaging. Ik heb de samenwerking met de vele personen en partijen enorm gewaardeerd. Samenwerken doe je niet alleen. Ik spreek de hoop, wens en verwachting uit dat L1 de belangrijkste speler blijft op het gebied van nieuwsvoorziening in Limburg, met een scala aan programma's die informeren en amuseren, die het cement in de samenleving bevorderen, die de Limburgse identiteit versterken met open ramen en deuren. Ik blijf het volgen.

Servaas Huys
Voorzitter Stichting Omroep Limburg
maart 2011

Samengevoegde balans per 31 december 2010

na resultaatbestemming,
bedragen in euro's

Activa	2010	2009
Vaste activa		
Immateriële vaste activa	4.787	15.533
Materiële vaste activa	2.212.819	2.188.464
Financiële vaste activa	204.757	163.072
	<u>2.422.363</u>	<u>2.367.069</u>
Vlottende activa		
Vorderingen en overlopende activa	3.094.833	3.412.754
Liquide middelen	4.207.480	3.694.688
	<u>7.302.313</u>	<u>7.107.442</u>
Totaal activa	9.724.676	9.474.511
<hr/>		
Passiva		
Eigen vermogen		
Geplaatst kapitaal	63.529	63.529
Agioreserve	2.643.460	2.643.460
Overige reserves	2.996.250	2.825.127
	<u>5.703.239</u>	<u>5.532.116</u>
Voorzieningen	328.962	360.124
Egalisatierekening huisvesting	719.662	870.605
Kortlopende schulden en overlopende passiva	2.972.813	2.711.666
Totaal passiva	9.724.676	9.474.511

Samengevoegde resultatenrekening over 2010

bedragen in euro's

	2010	2009
Baten		
Productievergoedingen	10.289.071	10.068.807
Omzet reclame radio	1.091.543	1.125.072
Omzet reclame TV	1.008.186	1.405.836
Sponsoring en overige inkomsten	2.198.852	1.872.874
Totaal baten	14.587.652	14.472.589
Lasten		
Personeelskosten vast personeel	7.130.293	7.078.977
Personeelskosten freelance personeel	1.422.803	1.164.542
Overige programmakosten	1.690.915	1.604.974
Facilitaire kosten	1.086.028	1.039.381
Huisvestingskosten	793.266	760.814
Afschrijving materiële vaste activa	497.554	716.547
Algemene kosten	1.965.376	1.835.881
Dotatie voorzieningen dub. Debiteuren	(37.615)	(20.686)
Totaal lasten	14.548.620	14.180.430
Bedrijfsresultaat	40.968	292.159
Rentebaten	109.578	104.131
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	148.610	396.290
Belastingen	(22.513)	31.522
Resultaat na belastingen	171.123	364.768
Winstbestemming	50.000	0
Resultaat na winstbestemming	121.123	364.768

A man in a dark suit and glasses is sitting on a large, red, modern-style chair in a city square. The background shows traditional European buildings with gabled roofs and windows. The ground is paved with cobblestones. The overall scene is bright and sunny.

Stichting Stadscomité B.B.Z.

Leerproces

De Brand Beer Boëtengewoeëne Boëtezitting is een begrip voor carnavalvierend Limburg. Elk jaar stromen duizenden mensen naar de Zoepkoel in Venlo om daar gezamenlijk het carnaval in te luiden. Negen maanden lang is Stichting Stadscomité B.B.Z. - verantwoordelijk voor het mega-evenement - druk in de weer met de organisatie van het spektakel, dat L1-kijkers en -luisteraars L1ve kunnen volgen via tv en radio.

Cock Ooms, vice-voorzitter stadscomité: “Over de uitzendingen zijn wij louter positief. We krijgen ook altijd heel veel goede reacties. Mensen die de Brand Beer Boëtengewoeëne Boëtezitting niet kunnen bijwonen, kunnen via L1 meegenieten. Daarmee vervult de regionale publieke omroep een belangrijke taak. Om jaarlijks alles in goede banen te leiden, zitten we regelmatig met L1 om tafel. Ik zeg wel eerlijk: op communicatiegebied kan L1 nog een en ander verbeteren: minder treuzelen met afspraken maken, verder vooruit denken. Dat zou de samenwerking in de toekomst ten goede komen. In de praktijk komt het erop neer dat wij voor L1 allerlei zaken faciliteren in de Zoepkoel, denk aan het podium, licht en geluid. We zijn bovendien verantwoordelijk voor de veiligheid en we regelen de plekken waar de omroepmedewerkers, cameramensen en alle anderen kunnen staan. Dat Venlo door de bouw van de Maasboulevard op zijn kop staat, maakt het er niet gemakkelijker op. Daardoor kunnen we L1 geen vaste plekken toewijzen en moeten we iedere keer een nieuwe opzet maken. Werken met een vast script zit er daardoor niet in. De vraag is daardoor altijd: wie betaalt welk deel van de kosten? In het verleden leverde die verdeling nogal wat strubbelingen op. Sinds we bij L1 andere gesprekspartners hebben, verloopt de communicatie aanmerkelijk beter.”

Toelichting op de samen-gevoegde resultatenrekening 2010

Baten

De productievergoedingen die via Stichting Omroep Limburg worden ontvangen, komen van de Provincie. Deze middelen zijn in 2010 geïndexeerd met 2,42%. De verhouding overheidsinkomsten versus overige inkomsten laat ook dit jaar een lichte verschuiving zien richting eerstgenoemde. In het jaar 2009 bedroeg deze verhouding nog 70% en deze stijgt dit jaar naar 71%. De stijging van de totale bruto omzet met € 115.063,- komt geheel voor rekening van de overheidsinkomsten en heeft de daling van de overige inkomsten meer dan gecompenseerd.

De productievergoedingen worden toebedeeld aan zowel radio als tv. De verdeling over beide media is sterk gewijzigd. Daar waar in het verleden een historische verdeling werd voortgezet is in 2010 gekeken naar de daadwerkelijke inzet van de middelen voor radio en tv. Hierdoor is een beduidend groter deel toebedeeld aan tv. De reclame-inkomsten staan al meerdere jaren onder druk, zo ook in het verslagjaar 2010. Per medium is echter een gevarieerd beeld waarneembaar. De regionale reclameomzet bij radio is voor het derde jaar achter elkaar gestegen.

De landelijke reclameomzet bij radio is echter gedaald. Per saldo is de totale reclameomzet bij radio met 3% gedaald. De verhouding tussen regionale en landelijke reclameomzet radio is 66% versus 34%. De reclameomzet bij tv is sterk gedaald ten opzichte van 2009. Dit komt geheel voor rekening van de regionale reclameomzet tv. De landelijke reclameomzet tv is in 2010 licht gestegen. De verhouding tussen regionale en landelijke omzet tv is 83% versus 17%. De stijging van sponsoring en overige inkomsten wordt hoofdzakelijk veroorzaakt door hogere programmabijdragen voor L1ve uitzendingen en gestegen barteromzetten. De stijging van de programmabijdragen sluiten aan bij de keuze gemaakt in het Strategisch Plan L1 2010-2014.

Lasten

De totale lasten laten een stijging zien van 2,6% ten opzichte van 2009. In het boekjaar 2010 zijn geen bezuinigingen doorgevoerd zoals in voorgaande twee jaren wel is gebeurd. De personeelskosten vast personeel zijn licht gestegen. De geringe stijging is het gevolg van de aangepaste cao en het niet direct invullen van vacatures. Een deel van de niet ingevulde vacatures is echter opgevangen door de inzet van freelance personeel. De stijging van de overige programmakosten wordt gedekt door extra programmabijdragen en programmasponsoring. Dit is een keuze die

deel uitmaakt van het Strategisch Plan.

De jaarlijkse stijging van de satellietkosten en hogere eng-kosten hebben geleid tot een stijging van de facilitaire kosten.

De stijging van de huisvestingslasten is toe te rekenen aan hogere huurlasten en hogere onderhoudsuitgaven.

In 2009 is een aantal grote investeringen doorgeschoven naar 2010. Een deel van deze investeringen heeft in het laatste kwartaal van 2010 plaatsgevonden. Het restant van deze investeringen vindt plaats in het eerste kwartaal van 2011. Dit heeft geleid tot een verdere daling van de afschrijvingslasten. In 2011 zullen de afschrijvingslasten weer stijgen omdat verder uitstel van deze investeringen niet verantwoord wordt geacht door het Management.

De stijging van de algemene kosten is volledig toe te wijzen aan de gestegen barterkosten. Door de productievergoedingen toe te delen op basis van de daadwerkelijke exploitatie per medium is een betere resultaatverdeling tot stand gekomen. Hierover is overeenstemming bereikt met de belastingdienst.

Over de winst van het Omroepbedrijf Limburg B.V. moet vennootschapsbelasting betaald worden. Bij Televisiebedrijf Limburg B.V. wordt de winst gecompenseerd met verliezen uit het verleden en is geen vennootschapsbelasting verschuldigd.

De beroemdste inwoner die Sittard ooit heeft gekend, is zonder twijfel Toon Hermans. In 2010, tien jaar na zijn overlijden, werd de cabaretier door Limburgse artiesten en duizenden bezoekers geëerd tijdens het Teun Ten Top-concert in zijn geboortestad. De gemeente Sittard-Geleen en L1 werkten nauw samen voor en tijdens het evenement, dat regionaal en landelijk op de buis was.

Yvonne Baetens-Derks, wethouder cultuur en evenementen: “Teun Ten Top is één van de inmiddels vele projecten waarbij we de handen succesvol ineen hebben geslagen. Goeiemiddag Limburg besteedt al jaren aandacht aan het Oktoberfeest, de kinderoptocht was in 2010 L1ve op L1 en het muziekprogramma L1mbo Top 100 streek vorig jaar neer op de Markt in Sittard. Onze samenwerking begon al na de gemeentelijke herindeling in 2001. We wilden de gemeente Sittard-Geleen toen op een positieve manier profileren onder de inwoners. Ook merkten we dat het grote publiek de Westelijke Mijnstreek een beetje was vergeten. Door vaker op de regionale zender te komen, konden we ons steviger positioneren. Bovendien is zendtijd aantrekkelijk voor sponsors, die graag hun naamsbekendheid via tv vergroten. Het bundelen van de krachten bevalt zo goed, dat we hopen de samenwerking in de toekomst verder uit te diepen. Er zijn veel kruisbestuivingen mogelijk. Zo heeft L1 onder meer de beelden van de kinderoptocht ter beschikking gesteld aan streekorkest Start van Sittard-Geleen en Beek. Een mooi voorbeeld van samenwerking op regionaal en lokaal niveau.”

Raad van Commissarissen

Drs. J.P.M. Simons, voorzitter
Mr. J.H. Boermann (tot mei 2010)
H.A.J.M. Coumans (vanaf mei 2010)
Ir. B.E. Dijkhuizen (tot mei 2010)
H.C. Straat (tot mei 2010)
Drs. C.W. van Seventer
H.G.J. Heidenrath, secretaris

Directie

Mr. R.L.J. Stevens

Colofon

Eindredactie

Facet'n, Maastricht

Interviews

Teomedia, Maastricht

Fotografie

Nose for Photography, Heerlen

Vormgeving

Ontwerpbureau B2B, Maastricht

Druk

MultiCopy, Kerkrade

Gemeente Sittard-Geleen

Positieve profilering

JAAR VERSLAG 10

L1 TV FM TXT .NL

Hoofdvestiging

L1

Ambyerstraat-Zuid 77b | Maastricht

Postbus 31 | 6200 AA Maastricht

Tel. 043 - 850 60 00

www.l1.nl

Nevenvestiging

Oude Markt 3a | Venlo

(in cultureel centrum De Maaspoort)



Omroep Limburg

Stichting Omroep Limburg

Godsweetersingel 77

6041 GK Roermond
