



L1 Jaarverslag 2012



L1 JAARVERSLAG

Inhoudsopgave



2012: Navigeren op een wijzigende horizon



2012 was een jaar waarin onder economisch moeilijke omstandigheden veel initiatieven genomen zijn. Ontwikkelingen op verschillende gebieden hebben ervoor gezorgd dat de omroep zich heeft gefocust op de toekomst. Afgelopen jaar vergaderde de Raad van Commissarissen zes keer met de algemeen directeur. We spraken onder andere over het toekomstperspectief voor L1, de realisatie van de begroting, de druk op de reclameomzetten en het waar mogelijk terugdringen van de kosten. Ook de kijk- en luistercijfers en onze herhuisvesting in Venlo kwamen aan bod. Daarnaast vond er regelmatig bilateraal overleg plaats tussen de voorzitter van de Raad en de algemeen directeur. De voorzitter voerde ook regelmatig overleg met de Ondernemingsraad.

SSF en LEF

Een van de initiatieven waarmee we ingestemd hebben betreft het innovatieproject Service Science Factory (SSF), in samenwerking met Universiteit Maastricht. Dat moet ideeën voor nieuwe inkomstenbronnen genereren en voor het optimaal aanbieden van de diverse soorten media aan het publiek. Ook het project Leiderschap, Empathie en Focus (LEF), dat gericht is op een kwaliteitsverbetering van de aansturing door leidinggevenden, stond meermaals op onze agenda.

Omzet blijft achter

L1 had ook in het afgelopen jaar last van de gevolgen van de economisch moeilijke omstandigheden. De reclameomzetten bleven met name in de eerste helft van het jaar achter. Dat kwam mede door onderbezetting als gevolg van langdurige ziekte van twee media-adviseurs. Dit was aanleiding tot extra kostenbesparingsmaatregelen. De reclameomzetten trokken in het najaar weer aan. Desondanks was onze verwachting dat de beperktere reclameopbrengsten zouden leiden tot een negatief resultaat. Halverwege het jaar keurden we de herziene begroting goed. Ook stelden we de begroting voor 2013 vast, met een hernieuwde inzet op kostenreductie.

Kostenreductie

Begin 2012 zijn alle afdelingen ingelicht over de bedrijfsbrede plannen om vanaf 2013 jaarlijks € 700.000,- te besparen.

De kosten van media-techniek, redactie en programmering en van de ondersteunende diensten moeten omlaag. Als gevolg van achterblijvende reclameomzetten en de noodzaak om in 2013 weer een positief resultaat te behalen, hebben we ingestemd met een extra kostenbesparing van € 400.000,-.

Bereikcijfers

De kijk- en luistercijfers waren vast agendapunt van onze vergaderingen. De trend van dalende kijkcijfers zette in 2012 door. Het bereik van L1 TV bleef helaas achter. Het marktaandeel van L1 Radio steeg vanaf mei weer door de nieuwe radioprogrammering. Het bereik van nieuwe media is flink toegenomen.

Redactie Venlo

In 2013 verhuist de redactie Venlo naar een nieuw pand. Afgelopen jaar zijn de huurkosten en de andere daarmee samenhangende kosten in kaart gebracht.

De verhuizing moet binnen de gestelde financiële kaders worden gerealiseerd. Als Raad van Commissarissen hebben wij nadrukkelijk uitgesproken dat we het belangrijk vinden dat L1 aanwezig blijft in Noord-Limburg.

De Raad van Commissarissen dankt alle L1-medewerkers van harte voor hun inzet en creativiteit in het afgelopen jaar.

Jan Simons voorzitter Raad van Commissarissen

De Raad van Commissarissen bestond in 2012 uit:

Drs. J.P.M. Simons
(voorzitter)

Drs. C.W. van Seventer

H.A.J.M. Coumans

H.G.J. Heidenrath
(secretaris)



L1 in beweging

Het medialandschap is flink in beweging zowel wat betreft het media-gebruik van consumenten als de manier waarop de landelijke overheid naar de rol en de organisatie van het publieke omroepbestel kijkt. L1 speelt hierop in met veel nieuwe initiatieven. Voorbeelden zijn de nieuwe radioprogrammering, de introductie van mobiele apps voor smartphones en tablets, het innovatieproject met de Service Science Factory (SSF), de introductie van een businessplatform op internet en de integratie en herstructurering van afdelingen. Ten aanzien van de plannen in het regeerakkoord Rutte II voor een geïntegreerd publiek omroepbestel werkt L1 hard aan het waarborgen van een bestuurlijke en redactionele zelfstandigheid van de regionale omroep.



Mediagebruik

Onze website, mobiele website en app werden in 2012 in totaal bijna 34 miljoen keer bezocht. Dit is een stijging van 19% ten opzichte van 2011. Hiermee staat L1 op de derde plaats van alle regionale omroepen. We zetten sociale media steeds beter in om te communiceren met Limburgers. De L1-accounts krijgen steeds meer volgers. Het marktaandeel van

L1 Radio is toegenomen, onder andere door de nieuwe radioprogrammering die in mei 2012 is doorgevoerd. Het gemiddeld dagbereik van L1 TV is gedaald in lijn met de algemene trend bij regionale omroepen. In de landelijke benchmark van regionale omroepen staat L1 wat betreft dagbereik op de vierde plaats. De gemiddelde kijktijd is daarentegen toegenomen. Voor gedetailleerde cijfers zie pagina 15 van dit verslag.

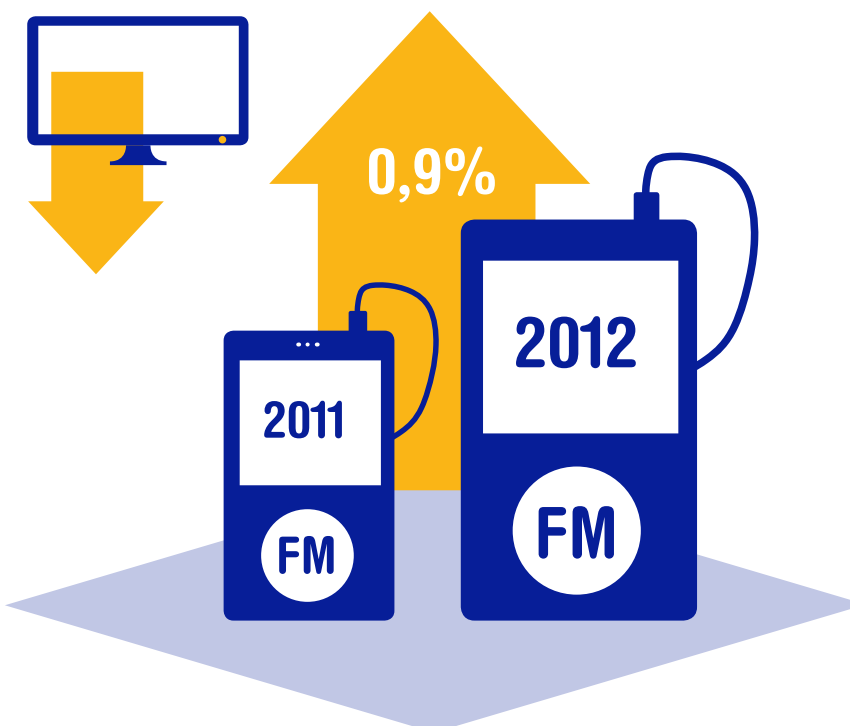
YouTube

19%



28,5
miljoen
2011

34
miljoen
2012



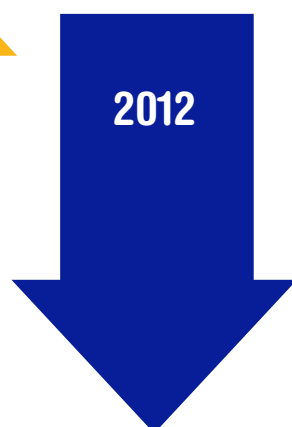
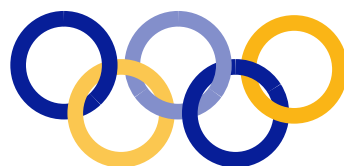


Resultaat

Het gecombineerde financieel resultaat voor belastingen uit de gewone bedrijfsuitoefening komt uit op een verlies van € 284.368,-. In 2011 maakten we € 3.861,- winst. Onderdeel van het resultaat 2012 zijn de kosten die gemaakt zijn voor een aantal grote, eenmalige evenementen: de Floriade, de Olympische Spelen en het WK Wielrennen. Deze worden deels gedekt door de bestemmingsreserve die we de afgelopen jaren hebben opgebouwd.

De reclame-inkomsten blijven in deze economisch moeilijke tijd onzeker. Toch is het in 2012 gelukt om met de totale reclame-omzet een lichte stijging te realiseren ten opzichte van 2011. Voor gedetailleerde cijfers zie pagina 20. De omzetgroei in 2012

was niet voldoende om de autonome groei van de kosten en een aantal eenmalige kosten te compenseren. Het kostenbesparingsprogramma dat voor 2013 en volgende jaren is ingezet, begon vanaf het derde kwartaal van 2012 al vruchten af te werpen.

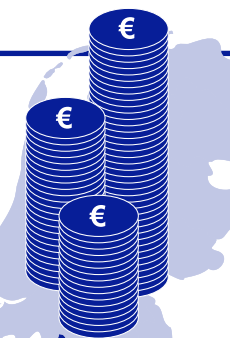


FLORIADE

2012



2014



2016



Regeerakkoord Rutte II

In de Mediabrief van de staatssecretaris van OCW uit december 2012 staat dat het budget voor de regionale omroepen in 2014 overgaat van het Provinciefonds naar het (Rijks)mediabudget. Met ingang van 2016 is er een efficiencytaakstelling van 25 miljoen euro voor de regionale publieke omroepen. De mogelijke samenwerking met de landelijke

publieke omroep in een geïntegreerd publiek omroepbestel wordt uitgewerkt in een toekomstverkenning. Voor L1 is een cruciaal uitgangspunt dat de bestuurlijke en redactionele zelfstandigheid gewaarborgd is, met als doel een blijvende verankering in de provincie. Wij trekken in deze discussie samen op met Provincie Limburg.



Organisatie

De afdelingen ICT en Mediatechniek zijn samengevoegd tot een geïntegreerde afdeling Mediafaciliteiten. Hiermee spelen we in op de digitalisering van de mediawereld. Op de Redactie buigt een projectgroep zich over een andere aansturing van de redactie. Hiermee willen we de kwaliteit van onze media vergroten en creativiteit meer ruimte geven. Ook zetten we sterk in op het principe 'online first'. Het Strategisch Plan L1 2010-2014 is herijkt voor de laatste twee jaren van de planperiode.

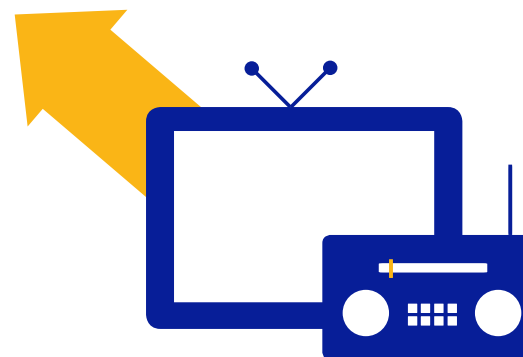


Toekomst

Wij verwachten dat de regionale omroep zich ontwikkelt van een zender naar een informatie- en communicatieplatform. (Publieke) omroepen zullen steeds interactiever met hun consumenten communiceren zonder hun onafhankelijkheid te verliezen. Dit wordt gestimuleerd door de sociale media.

Een ontwikkeling waar we rekening mee moeten houden is een daling van het bereik van radio en televisie. Daar staat tegenover dat het bereik van andere platforms sterk stijgt, waarbij mobiel voorop loopt. Het gaat ons dan ook steeds meer om het bereik van L1 in de volle breedte. De samenwerking met mediapartners en andere organisaties en instellingen in de regio zal verder toenemen. Naar onze verwachting geldt dit ook voor de samenwerking met partners in het publieke omroepbestel, zowel regionaal als nationaal. Met deze wijzigende horizon blijft L1 flink in beweging.

Rob Stevens
algemeen directeur





Dit is L1

Wat doet L1? Voor wie maken we programma's? Welke mediakanalen zetten we daar voor in? En hoe veranderen we mee met de toekomst en nieuwe ontwikkelingen? Dat leggen we graag uit in onze publieke verantwoording.

Onze missie

- L1 wil het toonaangevend informatiemedium van en over Limburg zijn: snel, actueel, onafhankelijk, betrouwbaar, breed toegankelijk en maatschappelijk relevant. Van belang en boeiend voor elk deel van Limburg, voor elke Limburger en voor iedereen die in Limburg is geïnteresseerd.
- L1 wil zo veel mogelijk mensen bereiken.
- L1 wil als publieke omroep winstgevend zijn om de continuïteit van de onderneming te garanderen.
- L1 zet innovatie in voor productie, distributie en media-aanbod.
- L1 zet medewerkers aan tot permanente educatie.



Online first

Nieuwsconsumptie vindt steeds meer plaats via mobiele apparaten. Daarom is 'online first en meer bereik via mobiele platforms' ons belangrijkste uitgangspunt. We moeten - snel en betrouwbaar - aanwezig zijn op alle mogelijke (mobiele) platforms. Alleen dan kunnen we het toonaangevend informatiemedium van en over Limburg zijn.

Interessegroepen

Bij L1 kijken we steeds naar de maatschappelijke relevantie en ons bereik. We gaan daarbij niet langer uit van de klassieke doelgroepen die zijn gebaseerd op leeftijdscategorieën, maar van interessegroepen. Nieuws, achtergronden van het nieuws, sport en (live) evenementen zijn onze kernprioriteiten.

Van Noord tot Zuid

L1 bedient de hele provincie Limburg. We willen Noord- en Zuid-Limburg met elkaar verbinden, van Mesch tot Molenhoek. Bij de keuze voor ons media-aanbod letten we op de maatschappelijke relevantie (de zachte waarde) én op het kwantitatief bereik (de harde waarde).

Een ander geluid bij L1 Radio

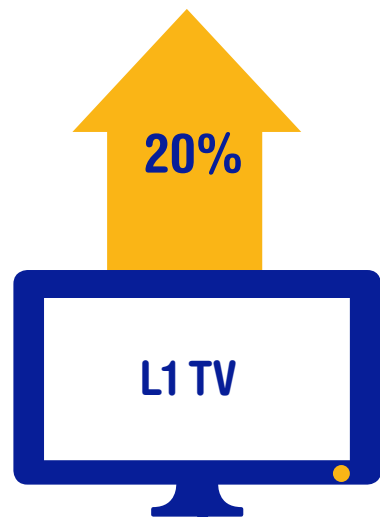
L1 was in 2012 volop in beweging. Een treffend voorbeeld is de nieuwe programmering van L1 Radio. Per 1 mei klinkt op doordeweekse dagen een ander geluid, met een nieuwe vormgeving, nieuwe vaste presentatoren en een aangepast muziekbeleid. Van 07:00 tot 19:00 is er voortaan een mix van het laatste Limburgse nieuws, muziek en spelletjes. De verslaggevers zijn aanwezig op de plek waar het in het nieuws om gaat. De muziek is eigentijds, met hits uit Limburg en binnen- en buitenland. Daarnaast kunnen luisteraars meedoen aan spelletjes waarbij vooral de kennis van onze provincie en het Limburgs dialect wordt getest.



Onze doelstellingen

Alle digitale platforms van L1

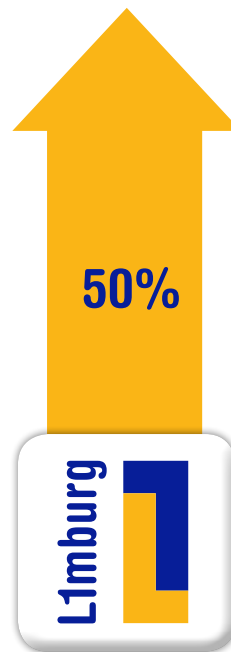
7,7 miljoen bezoeken per maand



Gemiddeld dagbereik op jaarbasis 20%



Marktaandeel 15%



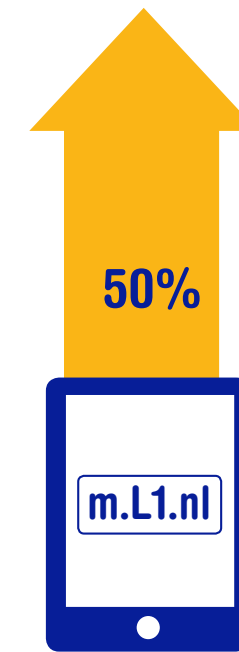
Android app: 2,2 miljoen bezoeken per maand (50% groei per jaar)

iPhone app: 1,6 miljoen bezoeken per maand (50% groei per jaar)

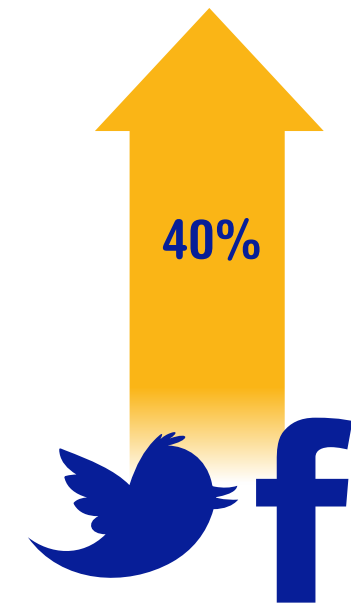
Tablets: 300.000 bezoeken per maand (vanaf 2013)



3 miljoen bezoeken per maand (15% groei per jaar)



220.000 bezoeken per maand (50% groei per jaar)



Sociale media
In 2014 allemaal 40% hoger dan eind 2012:

Facebook L1
7.000 volgers

Twitter
#L1 - 5.600 volgers
#L1NWS - 21.000 volgers
#L1SPRT - 1.800 volgers



Projecten op L1 TV, L1 Radio en L1.nl

In onze programmering gaan we steeds meer uit van interessegroepen. Kijkers, luisteraars en internetgebruikers stemmen immers af op L1, omdat ze geïnteresseerd zijn in thema's als carnaval, sport of cultuur. Via L1 maken ze het mee en zijn ze er bij. In 2012 maakten we binnen al die thema's vele projecten, die ook op internet brede aandacht kregen.



Algemeen



L1 wil zoveel mogelijk (live) aanwezig zijn bij evenementen in de provincie. Ieder jaar wordt verslag gedaan van tientallen evenementen.

Debat Jaar van de Vlinder

24 september
en 26 november
C-Mill Heerlen
TV-programma

LIOF Yeah!

30 oktober
Continium Kerkrade
TV-serie

Uitreiking MKB Limburg Innovatie Prijs

9 december
L1vetime Café L1 Studio
TV Live





Cultuur



Cultuur is van groot belang voor L1. Op internet, radio en tv heeft de Limburgse cultuur een prominente plek, vaak in de vorm van verslaggeving van evenementen.



Theaterprogramma Helden van Gé Reinders

9 maart
Schouwburg Venray
TV-programma,
Radio-programma

Opening Floriade

4 april
Floriade terrein Venlo
TV Live

Mama's Pride

12 mei
Burg. Daemenpark Geleen
Radio Live

L1mbo Top 100

17 mei
L1 Studio
Radio Live

Pop on Top

19 mei
Kuurpark Valkenburg
Radio Live

Pinkpop

26 - 28 mei
Megaland Landgraaf
Radio Live, TV-programma

Funpop

2 juni
De Kasteelse Bossen Horst
TV-programma

Park City Live

23 - 24 juni
Bekkerveld Heerlen
Radio Live

Oud Limburgs Schuttersfeest (OLS)

Schietwedstrijden
en optocht
1 juli
Ellikom (Belgisch-Limburg)
TV Live | Radio Live

Bospop

8 juli
Weert
Radio Live
TV-programma

Bokpop

15 juli
Openluchttheater
Valkenburg
Radio Live

Kick off

Daar is mijn Vaderland

26 augustus
De Puthof Reijmerstok
TV special

Brabantse Dag

26 augustus
Cultuurhistorische optocht
Heeze
TV Live

Pinkpop Classic

25 augustus
Megaland Landgraaf
Radio Live | TV-programma

Festival D-vers

6 oktober
Centrum Sittard
TV-programma

Oktoberfeesten Sittard

15 - 16 oktober
Sittard
TV Live

SuuS theaterprogramma van Suzan Seegers

7 december
Munttheater Weert
TV-programma,
Radio-programma



Sport



L1 beschouwt sport als een van zijn kernprioriteiten. Zowel de professionele sport als de breedtesport krijgt ruime aandacht.



Finale NK ijshockey

HYS Den Haag tegen
Ruijter Eaters Geleen
25 maart
Den Haag
TV Live

Venloop

25 maart
Centrum Venlo
TV Live, Radio Live

Volta Limburg Classic

31 maart
Megaland Landgraaf
TV Live

L1 Wielercafé

13 april
Amstel Gold Race
Xperience Valkenburg
TV Live

Start Amstel Gold Race

15 april
Markt Maastricht
TV Live

Bekerfinale volleybal VC Weert

VC Weert tegen
Slidrecht Sport
24 april
Topsportcentrum Rotterdam
TV Live

Finale NK handbal

OCI Lions Sittard-Geleen
tegen Volendam
2 juni
Volendam
TV Live

Limburgs Mooiste

2 juni
Avantis Heerlen
TV Live

NK Wielrennen

23 - 24 juni
Markt Kerkrade
TV Live, Radio Live

Olympische Spelen

23 juli - 12 augustus
Londen
Radio- en TV-reportages

ENECO Tour

6 - 12 augustus
Nederland en België
TV Live

WK Wielrennen Openingsmanifestatie

15 september
Vrijthof Maastricht
TV Live

WK Wielrennen Talkshow

16 - 23 september
Cauberg Valkenburg
TV Live

WK Wielrennen Openingswedstrijd Ploegentijdrit dames

16 september
Sittard-Geleen
TV Live

WK Wielrennen Wegwedstrijd beloften

22 september
Valkenburg
TV Live

WK Wielrennen Wegwedstrijd dames

22 september
Valkenburg
Radio Live

WK Wielrennen Wegwedstrijd heren

23 september
Valkenburg
Radio Live

Go for Gold Sportprijs Limburg

17 december
Stadsschouwburg Sittard
TV Live



Carnaval



De vastelaoves-uitzendingen van L1 bereiken een heel groot publiek. De omroep kan met vastelaovend perfect zijn rol spelen als 'bindmiddel' in Limburg.



Limburgse Buutte-kampioenschappen

11 januari
Oranjerie Roermond
TV Live, TV serie

Paul & Leo Revue Hinge gen Hergodts Vot IV

1 februari
Cultuurhuis Heerlen
Radio-uitzending

Finale Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoer (LVK)

3 februari
Veilinghallen Margraten
Radio Live | TV Live

Top 1111

6 - 17 februari
L1 studio
Radio-uitzendingen

Kinderoptocht Sittard

12 februari
Markt Sittard
TV Live

Brand Beer Boète- gewoeëne Boètezitting

18 februari
Zoepkoel
(Oude Markt) Venlo
Radio Live, TV Live
21^e editie

Optocht Heerlen

19 februari
Pancratiusplein Heerlen
TV Live

Groeëte Gulpener Vastelaoves Finale

21 februari
Centrum Gulpen
TV-uitzending
10^e editie

De11devande11de

11 november
Vrijthof Maastricht
TV Live



Samenwerkingspartners

Veel projecten komen tot stand dankzij een goede samenwerking met partners. In 2012 werkten wij (alfabetisch gerangschikt) samen met o.a.:

Brand Bier
Carnavalsverenigingen
de Rieste (Margraten)
de Druugsjliepers (Eijsden)
de Klèèflep (Eijsden)
de Winkbülle (Heerlen)
de Marotte (Sittard)
de Rogstaekers (Weert)
Conservatorium Maastricht
Export Sociëteit Limburg
Gemeente Sittard-Geleen
Gemeente Valkenburg
aan de Geul
Huis voor de Kunsten
Huis voor de Sport
Jeugdportfonds

Kartoesj
Koninklijke schutterij
Sint Harlindis en Relindis
Ellikom
Limburgs Museum Venlo
LIOF
LVKA
LWV
Media Groep Limburg
MKB Limburg
NeVoBo
NK Wielrennen Kerkrade
NOS Evenementen
NOS Studio Sport
OLS Federatie
Omroep Brabant

Omroep Venlo
Ons Limburg
OPL
Optoch Kommittee Zitterd
Organisatie Stichting WK
Wielrennen Limburg 2012
Paul & Leo-revue
Preuvenetour
Raod veur 't Limburgs
Roda JC Kerkrade
Sjeng Kraft Kompenei
Stadscomité BBZ Venlo
Stichting Amstel
Gold Race
Stichting Cultuur
WK Wielrennen

Stichting Funpop
Stichting Grand Ballon
Stichting Gulpen AIAaf
Stichting LVK
Stichting Topsport Eaters
Geleen
Stichting Venlo Loopstad
Theater De Maaspoort
Venlo
Topsport Limburg
Tour for Life
Veldeke
Volta Limburg Classic
VVV-Venlo
Woningstichting Urmond



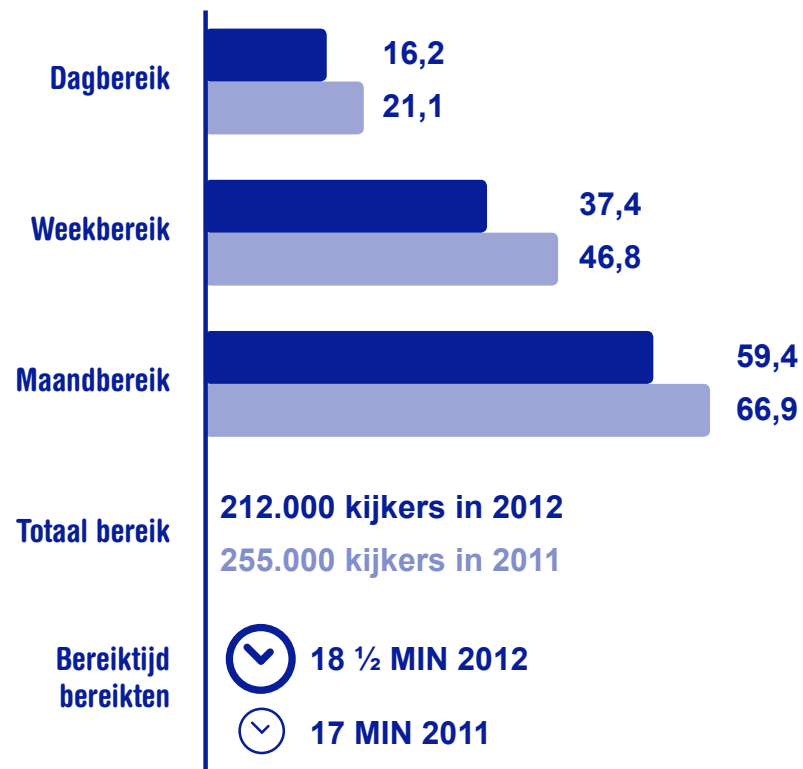
Bereik

Het marktaandeel van L1 Radio steeg afgelopen jaar door de nieuwe radioprogrammering. Datzelfde geldt voor het gebruik van onze website, mobiele website en app. Het bereik van L1 TV bleef helaas achter. We zetten alle cijfers op een rij.

L1 TV

Bron: SKO
Intomart GfK

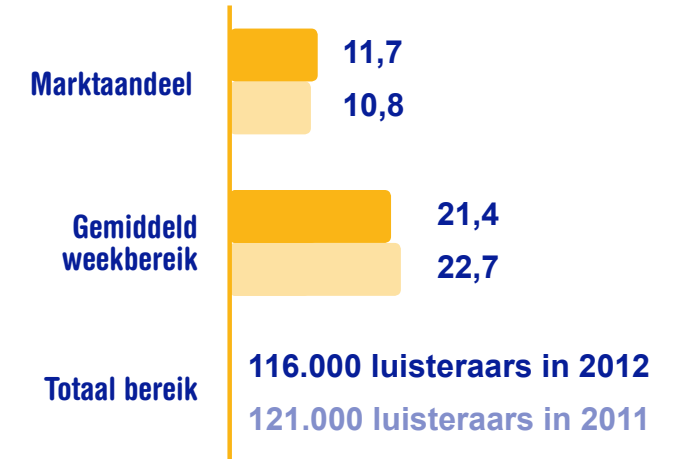
- 2012 (%)
- 2011 (%)



L1 Radio

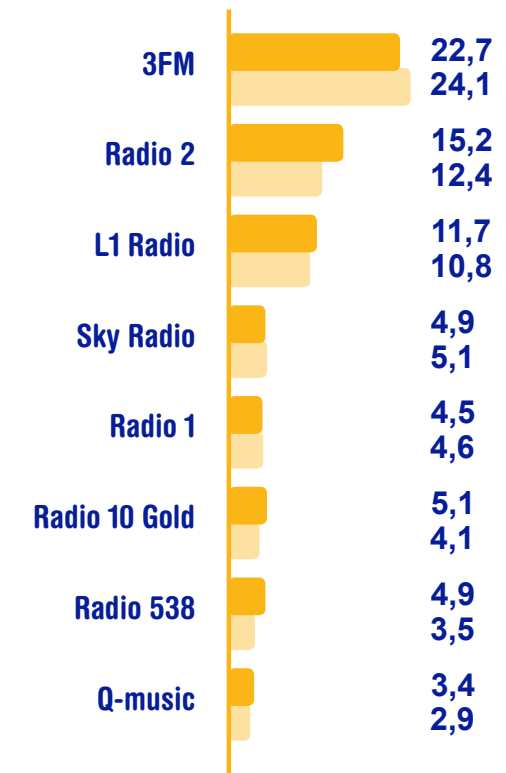
Bron: CLO
Intomart GfK

- 2012 (%)
- 2011 (%)



Marktaandeel radiozenders in Limburg

- 2012 (%)
- 2011 (%)

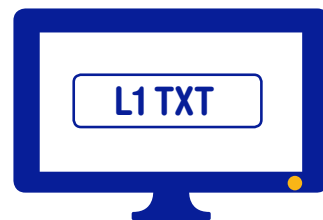


Bereik



L1 TXT

1/3 van de kijkers kijkt dagelijks op teletekst van L1.



L1 App smartphones (Android en iPhone)

Sinds mei 2012

Downloads	90.000
Bezoeken per maand	1.600.000

Bron: Flurry.com



Nieuwsbrief L1 NWS 12:00 en 16:00 Meer dan 10.000 abonnees

	2012	2011	vanaf juni 2012
Bezoeken	26.244.430	26.533.093	
Unieke bezoekers	5.373.934	5.332.068	
Gemiddelde unieke bezoekers per maand	581.854	558.812	29.000

Bron: Google Analytics

Social Media

Totaal aantal volgers L1 social media	Meer dan 20.000 volgers
Facebook	4.300
Twitter #L1NWS	14.946





De mensen van L1

Bijna 100 medewerkers zijn dag in dag uit bij L1 in de weer. We werken aan de inhoud van programma's, aan onze mobiele platforms, de techniek die overal achter schuilt, aan de reclame-inkomsten of hebben een andere rol achter de schermen. Man of vrouw, jong of oud, fulltime of parttime. Allemaal samen vormen wij één geheel: L1. Afgelopen jaar hebben onze medewerkers niet stil gestaan. Wij blijven ons ontwikkelen en verbeteren.



Mutaties Medewerkers



Ziekteverzuimgegevens

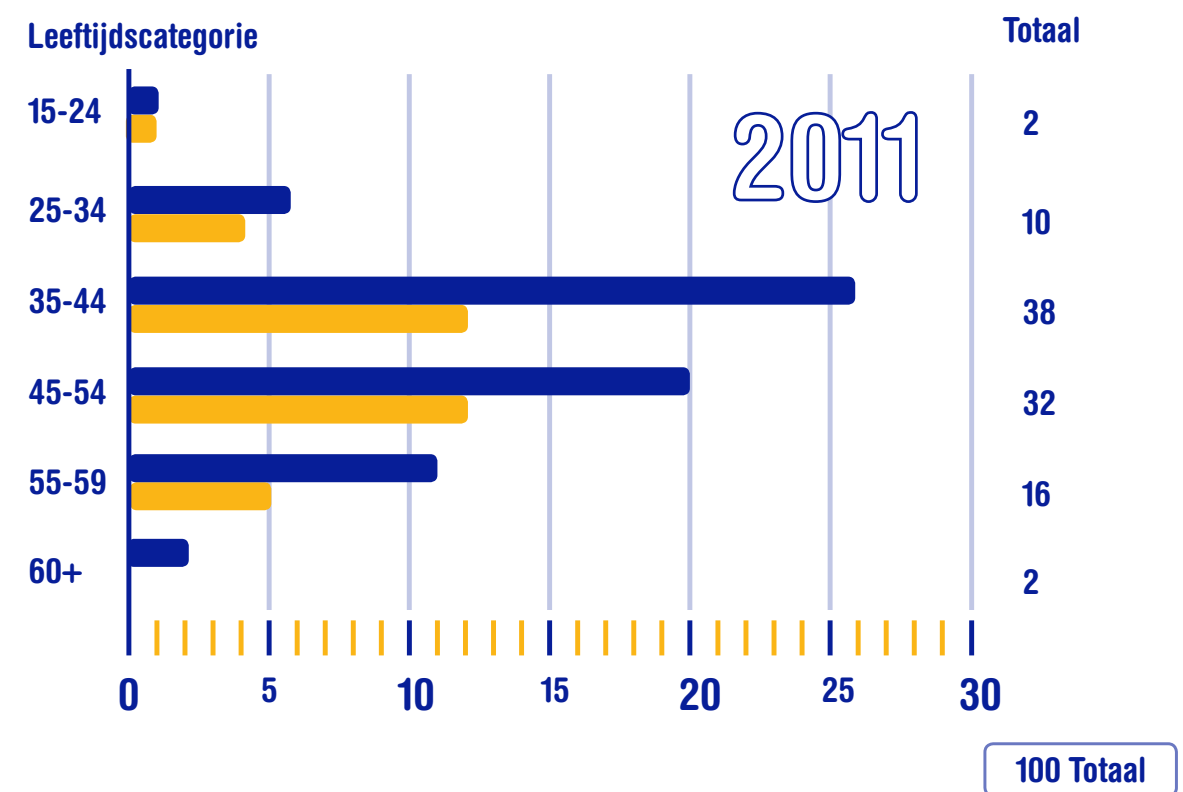
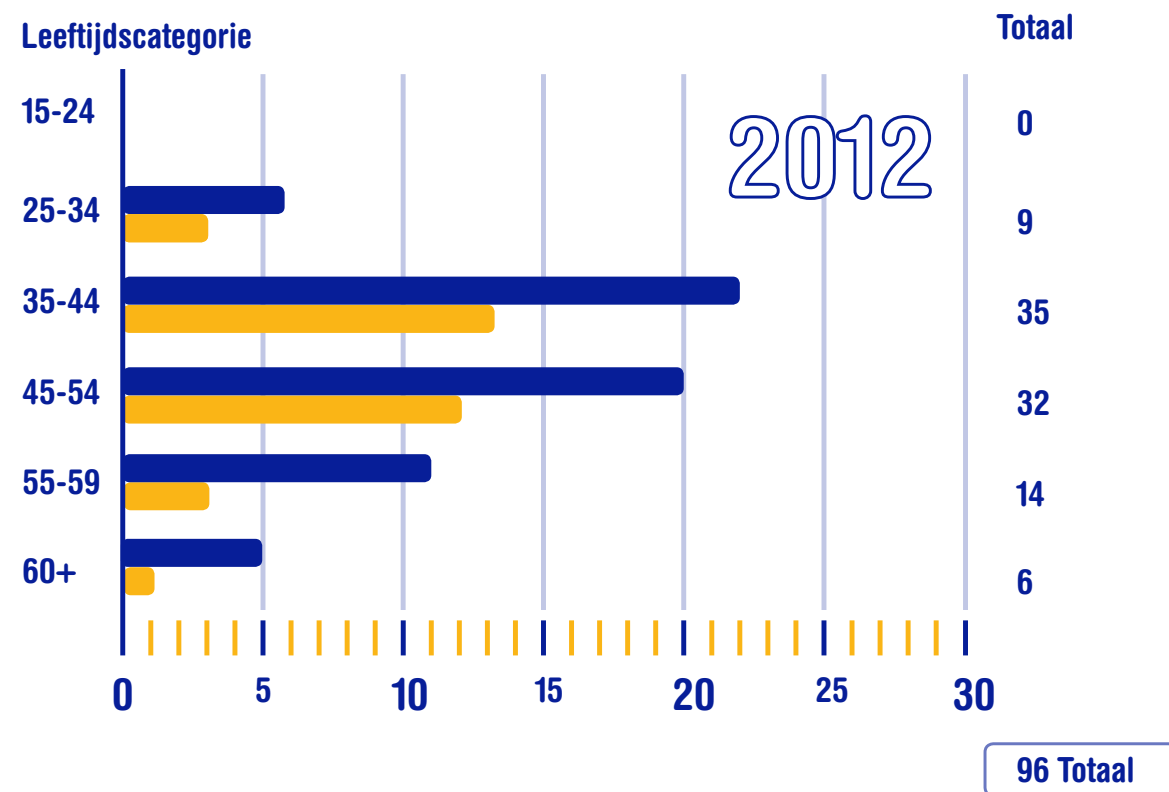
exclusief zwangerschapsverlof

	2012	2011
Verzuimpercentage	5,71%	4,46%
Gemiddelde duur in dagen	34,79	11,23
Meldingsfrequentie aantal meldingen gedeeld door totaal aantal medewerkers	0,84	0,95





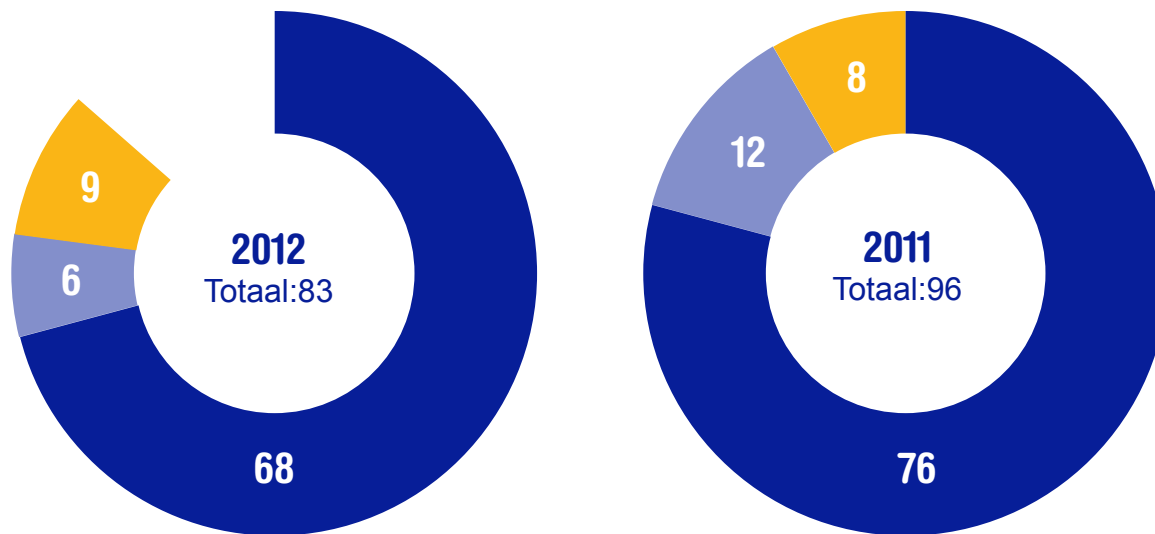
Opbouw personeelsbestand





Ziekteverzuim aantallen

exclusief zwangerschapsverlof



Kort verzuim: 1-7 dagen
Middellang verzuim: 8-42 dagen
Lang verzuim: 43 dagen en langer

L1 toont LEF

Wij willen bij L1 onze kwaliteit en professionaliteit verder verbeteren. Daarom zijn we afgelopen jaar gestart met het project LEF, dat staat voor Leiderschap, Empathie en Focus. Dit project is bedoeld voor onze leidinggevendenden. Zij namen deel aan twee sessies die in de toekomst een vervolg krijgen. Dankzij LEF zullen zij gaan inzien dat er behoefte is aan een andere vorm van leidinggeven. Twee projectmanagers, de HR manager en een externe adviseur helpen hen daarbij.

Vernieuwde OR

De reglementen van onze Ondernemingsraad zijn aangepast. Nieuw is dat voortaan ook freelancers zich verkiesbaar kunnen stellen en stemrecht hebben. We vinden het belangrijk dat ook hun belangen goed worden behartigd. Ongeveer de helft van ons personeelsbestand bestaat tenslotte uit freelancers. In 2012 hebben OR-verkiezingen plaatsgevonden. Twee van de zeven gekozen OR-leden zijn freelancer.



L1 Reclame

In deze crisistijd zijn onze reclame-inkomsten onzeker. We proberen op allerlei manieren in beweging te blijven en nieuwe inkomstenbronnen aan te boren. Zo zijn we in 2012 gestart met het ondernemersplatform L1Business en het innovatieproject Service Science Factory (SSF).



Mediakanalen

L1 Reclame is actief via alle mediakanalen:

- L1 TV
- L1 Radio
- Website L1.nl
- Teletekst
- L1 App voor smartphones (iPhone en Android)
- L1 App voor tablets (Android)
- Mobiele site m.L1.nl
- Nieuwsbrief L1 NWS 12:00 | 16:00 (op werkdagen twee keer per dag, in het weekend één keer per dag)
- #L1NWS en #L1 op Twitter en Facebook
- L1Business, een businessplatform binnen L1.nl
- Sponsoring van evenementen en speciale uitzendingen, zoals carnaval en de Floriade

Omzetcijfers

	2012	2011
Radio *		
nationale verkoop	317.821	313.180
regionale verkoop *	1.180.417	1.159.259
TV *		
nationale verkoop	179.080	209.409
regionale verkoop *	1.697.189	1.891.733
Internet *		
omzet internet	202.629	115.683

* inclusief barters en sponsoring

L1Business

L1 is betrokken bij wat er speelt in Limburg, dus ook bij het zakenleven in onze provincie. Sinds het vierde kwartaal van 2012 bieden we Limburgse bedrijven een platform waarop ze nieuws kunnen delen en elkaar op de hoogte kunnen houden. Uit onderzoek bleek dat bedrijven daar behoefte aan hebben. L1Business heet dit nieuwe concept. Het is te vinden op de economiepagina op L1.nl. Bedrijven kunnen daar een bedrijfsprofiel aanmaken. Ook kunnen ze hier business evenementen en nieuws plaatsen. L1 is ook op andere manieren betrokken bij het zakenleven in Limburg, bijvoorbeeld bij de organisatie van LIOF Yeah!, de Business Experience in het MECC en de uitreiking van de MKB Limburg Innovatieprijs. Hierdoor verbindt L1Business haar leden niet alleen online, maar ook offline.

Project SSF

Onze inkomsten bestaan voor een vierde deel uit reclame-inkomsten. In de branche vertonen deze echter een dalende trend. Mogelijk nemen ook de overheidsbijdragen na 2016 af. Daarom willen we nieuwe inkomstenbronnen aanboren. Binnen het project SSF onderzoeken we hoe we diverse soorten media optimaal kunnen aanbieden en daar waar mogelijk nieuwe reclame-inkomsten kunnen genereren. Dat doen we samen met studenten en onderzoekers van de Universiteit Maastricht onder de naam Service Science Factory. In 2012 zijn we gestart met nieuwe initiatieven die zich binnen 1 of 2 jaar terugverdienen. Het eindrapport van het project wordt in 2013 verwacht.



Mediatechniek en ICT

In de loop van 2013 voegen we de afdelingen ICT en Mediatechniek samen tot de afdeling Mediafaciliteiten. In 2012 hebben we deze nieuwe ontwikkeling voorbereid. Ook op het gebied van apps, websites, de mobiele studio en decors timmerden ICT en Mediatechniek flink aan de weg.

Vorbereiding verhuizing Studio Venlo

Medio 2013 verhuist de L1 studio in Venlo naar De Nedinsco Fabriek. Omroep Venlo vestigt zich ook in dit pand waardoor we faciliteiten kunnen delen. Afgelopen jaar zijn we gestart met de voorbereiding van deze verhuizing.



Ontwikkeling apps

Het bedrijf Peperzaken ontwikkelt apps voor regionale omroepen. De techniek is standaard, maar elke omroep kan een eigen indeling maken. De applicaties bieden streaming televisie en live radio. Plat-eweg Radio, ons internetkanaal met Limburgse muziek, heeft hierdoor een extra platform gekregen. In 2012 hebben we apps ontwikkeld die geschikt zijn voor iPhones en voor smartphones en

tablets met Android. De apps voor de tablets zijn eind 2012 (Android) en begin 2013 (Apple) gelanceerd. De keuze voor de ontwikkeling van bovenstaande apps wordt gerechtvaardigd door het feit dat het tabletbezit het afgelopen jaar meer dan verdubbeld is en het feit dat Android en iOS (het besturingssysteem van Apple) samen 60% van de markt voor mobiele systemen vormen.

Doorontwikkeling L1.nl en m.L1.nl

In 2012 is fase 2 van L1.nl gelanceerd. We hebben hierin diverse aanpassingen doorgevoerd naar aanleiding van opmerkingen van bezoekers. De website is nu nóg gebruiksvriendelijker. Ook hebben we een blog van de hoofdredacteur toegevoegd. Verder heeft bureau Peperzaken afgelopen jaar een uitgekleden versie van de mobiele website gemaakt. Deze wordt gevoed vanuit de algemene website. De mobiele site is online vanaf juni 2012 en wordt regelmatig bezocht door gemiddeld 29.000 unieke bezoekers per maand.



Decors en huisstijl

De TV programma's L1NWS, L1SPRT en De Aftrap hebben een nieuw decor. Het bedrijf Fisheye heeft de ontwerpen gemaakt en All-Maxx Expo heeft ze gebouwd. We werken nu veel meer met schermen op de achtergrond. Onze grafische afdeling heeft met het bedrijf OOO alle leaders, streamers en idents aangepast. De vormgeving van de leaders voor onze kernprogramma's is nu strakker en meer in één lijn.

Mobiele studio

Afgelopen jaar hebben we onze mobiele studio ingezet bij evenementen, zoals Magisch Maastricht, Bospop, Pinkpop en Park City Live. De mobiele studio is een complete uitzendstudio die eenvoudig kan worden gemonteerd en bediend. De studio wordt vervoerd in vier flightcases in de L1 huisstijl. Met de mobiele studio gaan we letterlijk naar ons publiek toe. Om live radio te kunnen maken, is wel een verbinding via ISDN, ADSL of SNG nodig.



Nieuw radio format

Sinds 1 mei klinkt L1 Radio helemaal anders. De meeste programma's hebben geen programmateur meer. De presentatoren doen de techniek nu zelf. De technici zetten we in voor specialistische taken en we betrekken ze meer bij de inhoud. Het totale programma dat door dezelfde groep presentatoren wordt gemaakt wordt ingedeeld in tijdsvakken, zoals van 7:00-10:00, 10:00-12:00, 13:00-16:00, etc. Elk tijdsvak heeft een persoon toegewezen gekregen die verantwoordelijk is voor de techniek. Deze medewerker leidt de presentator op en geeft feedback. Hij is ook het eerste aanspreekpunt van de (deel)redactie voor wensen op het gebied van techniek. Verder is de audiovormgeving vernieuwd. We hebben een basispakket aan tools ontworpen waarmee de technici nieuwe dingen kunnen ontwikkelen.

Ook buiten L1

ICT faciliteert ook techniek buiten onze reguliere uitzendingen. We zorgden onder meer voor een webcam bij het A2-project in Maastricht. De kijker kon zo live de verplaatsing van het viaduct volgen. Ook regelden we dat diverse L1 programma's terug te kijken zijn via Uitzending Gemist.



Samengevoegde balans per 31 december 2012

Activa

Vaste activa

	2012	2011
Immateriële vaste activa	3.733	4.260
Materiële vaste activa	2.405.025	2.594.762
Financiële vaste activa	159.151	146.547
	2.567.909	2.745.569

Vlottende activa

Vorderingen en overlopende activa	1.621.318	2.433.132
Liquide middelen	4.391.875	4.046.470
	6.013.193	6.479.602

Totaal activa

8.581.102 **9.225.171**

Passiva

Eigen vermogen

	2012	2011
Geplaatst kapitaal	63.529	63.529
Agioreserve	2.643.460	2.643.460
Overige reserves	2.670.137	2.941.401
	5.377.126	5.648.390

Egalisatierekening huisvesting

512.965 701.986

Vorzieningen

439.639 369.300

Kortlopende schulden en overlopende passiva

2.251.372 **2.505.495**

Totaal passiva

8.581.102 **9.225.171**



Samengevoegde resultatenrekening over 2012

	2012	2011
Baten		
Productievergoedingen	10.773.607	10.454.311
Omzet reclame radio	1.038.532	1.023.539
Omzet reclame TV	822.926	1.065.042
Sponsoring en overige inkomsten	2.325.243	2.218.344
Totaal baten	14.960.308	14.761.236
Lasten		
Personeelskosten vast personeel	7.544.691	7.322.416
Personeelskosten freelance personeel	1.882.259	1.718.463
Overige programmakosten	1.590.746	1.572.553
Facilitaire kosten	844.864	943.064
Huisvestingskosten	739.299	737.761
Afschrijving materiële vaste activa	770.495	619.736
Algemene kosten	1.959.918	1.946.518
Dotatie voorzieningen dub. Debiteuren	13.807	9.155
Totaal lasten	15.346.079	14.869.666
Bedrijfsresultaat	(385.771)	(108.430)
Rentebaten	101.403	112.291
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	(284.368)	3.861
Belastingen	(13.104)	58.710
Resultaat na belastingen	(271.264)	(54.849)



Toelichting op de samengevoegde resultatenrekening 2012



Baten

De productievergoedingen die via Stichting Omroep Limburg worden ontvangen, komen van de Provincie. Deze middelen zijn in 2012 geïndexeerd met 3,05%. De verhouding overheidsinkomsten versus overige inkomsten is toegenomen van 71% in 2011 naar 72% in 2012. De stijging van de totale bruto omzet met € 199.072,- komt geheel voor rekening van de overheidsinkomsten. In de groep reclame-inkomsten, sponsoring en overige inkomsten hebben zowel

dalingen als stijgingen plaatsgevonden. Stijgingen vonden met name plaats bij de sponsorinkomsten en de internetinkomsten. De daling zit voornamelijk bij de regionale omzet tv-reclame en de barteromzet.

De productievergoeding wordt toebedeeld aan zowel radio als aan tv. Deze toedeling is gedaan op basis van daadwerkelijke inzet van de middelen. Dit resulteert in een bijdrage aan radio van 40% en van 60% aan tv.

De reclame-inkomsten blijven onder druk staan. De stijgende regionale reclameomzet bij radio van de laatste vier jaar heeft zich ook in 2012 voortgezet. De landelijke reclameomzet bij radio is na jaren van daling in 2012 licht gestegen. Per saldo is de totale reclameomzet bij radio met 1% gestegen. De verhouding tussen regionale en landelijke reclameomzet radio is 73% (2011: 72%) versus 27% (2011: 28%). In het jaar 2011 was na jaren van daling van de

reclameomzet bij tv een stijging gerealiseerd. Deze stijging heeft zich in 2012 niet voortgezet. Zowel de regionale reclameomzet tv als de landelijke reclameomzet tv laten een daling zien. Per saldo is de totale reclameomzet bij tv gedaald met 23%. De verhouding tussen regionale en landelijke omzet tv is 80% (2011: 82%) versus 20% (2011: 18%).

Door verschuiving van reclameomzet bij tv naar sponsoring bij tv en hogere internetomzet is wederom een stijging van sponsoring en overige inkomsten gerealiseerd. Door nieuw beleid zijn de barteromzetten gedaald. De stijging van de programmabijdragen en reclameomzet internet en de daling van de barteromzet sluiten aan bij de keuze gemaakt in het Strategisch Plan L1 2010-2014.

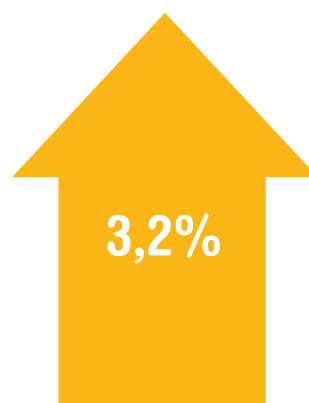
Balans en toelichting op de resultaten



Lasten

De totale lasten laten een stijging zien van 3,2% (2011: 2,2%) ten opzichte van 2011.

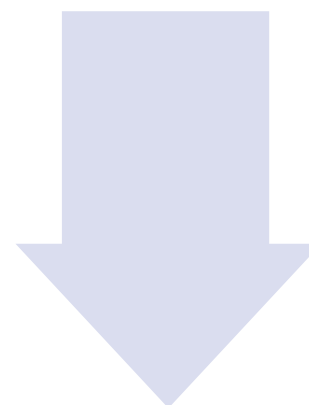
De stijging van personeelskosten vast personeel is grotendeels het gevolg van een dotatie aan de pensioenvoorziening, stijging van de pensioenpremie, hogere sociale lasten en stijging van de kosten voor inhuur voor vervanging bij ziekte en vervangingskosten voor het niet invullen van vacatures.



De overige programma-kosten zijn licht boven het niveau van 2011 uitgekomen. De stijging van de personeelskosten freelance personeel hangen sterk samen met de programmakosten. Deze twee kostenposten samen zijn gestegen als gevolg van een aantal grote evenementen zoals de Olympische spelen, het WK Wielrennen en de Floriade. In 2012 is wederom een deel van de programma-kosten gedekt door extra programmabijdragen en programmasponsoring. Dit sluit aan bij het Strategisch Plan L1 2010-2014.

De daling van de facilitaire kosten is het gevolg van lagere onderhoudskosten en lagere distributiekosten.

De huisvestingskosten en de algemene kosten liggen vrijwel op het niveau van 2011. Ofschoon bij de huisvestingskosten een stijging van de huurlasten heeft plaatsgevonden in 2012 zijn de totale lasten vrijwel gelijk gebleven als gevolg van een neerwaartse aanpassing van diverse huisvestingsgerelateerde contracten.

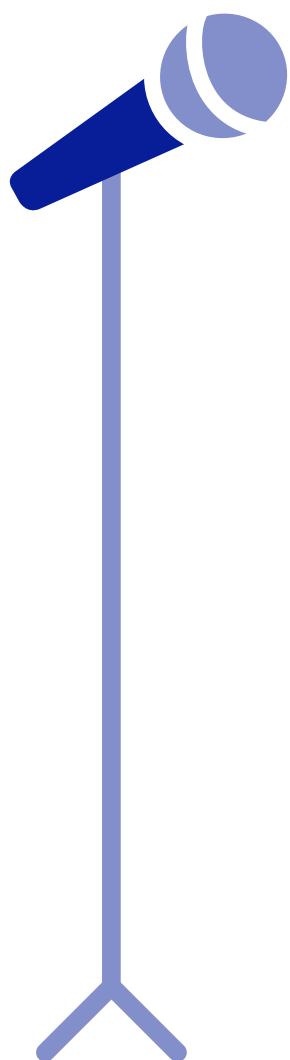


Vanaf eind 2010 is na diverse jaren van dalende investeringen en daarmee samenhangende daling van de afschrijvingslasten een stijging van de investeringen aan de orde. Dit betreft grotendeels vervangingsinvesteringen en deels uitbreidingsinvesteringen. De uitbreidingsinvesteringen zijn mede het gevolg van veranderende informatieconsumptie waarbij de mobiele platforms steeds belangrijker worden. De vervangingsinvesteringen hebben deels betrekking op activa waarvan de afschrijvingstermijn al overschreden was. De afschrijvingslasten nemen hierdoor toe.

Voor het verlies van Omroepbedrijf Limburg B.V. is een actieve belastinglatentie gevormd. Bij Televisiebedrijf Limburg B.V. is voor het fiscale verlies van dit boekjaar een actieve belastinglatentie gevormd. De bestaande belastinglatentie voor nog staande verliezen uit het verleden is afgewaardeerd omdat het risico bestaat dat niet alle verliezen gecompenseerd zullen worden met toekomstige winsten. Dit heeft per saldo geleid tot een lagere actieve belastinglatentie bij Televisiebedrijf Limburg B.V.



Meer dan waan van de dag



Stichting Omroep Limburg, zendmachtigingshouder van L1, is pleitbezorger van een regionale omroep die de journalistiek centraal stelt. Behalve aan het regionale nieuws moet aandacht besteed worden aan achtergrondverhalen, onderzoek, reconstructie, duiding, kritische interviews en debat. Dat schreven we ook in het verslagjaar in onze nieuwe vijfjaarlijkse opdracht aan L1. De omroep moet zich niet aanpassen aan de grootste gemene deler van wat de

Limburgers (leuk) vinden. De omroep is geen doorgeefluik van twitterberichten of Youtube-filmpjes. Journalistiek gaat verder dan de waan van de dag.

Afgelopen jaar stond vooral in het teken van praten en nadenken over de toekomst van de omroep. De publieke regionale omroepen samen zullen met ingang van 1 januari 2016 € 25 miljoen minder subsidie krijgen, zo staat in het Regeerakkoord uit najaar 2012. Dat is 17% van de bijdrage

in de productiekosten. Voor L1 betekent dit een forse aderlating. Dit kan niet zonder gevolgen blijven voor de programmering zoals we die nu kennen. Er zal een discussie komen over onze ambitie en de invulling daarvan. Onze ambitie blijft om de journalistieke ambachtelijkheid ruimte en mogelijkheden te geven, ook in de toekomst.

Joep Hahn,
voorzitter Stichting
Omroep Limburg

L1

Hoofdvestiging

Ambyerstraat-Zuid 77b
Postbus 31
6200 AA Maastricht
tel. 043 - 850 60 00
L1.nl

Nevenvestiging

Maaspootpassage 1
5911 HC Venlo

vanaf juli 2013
Nedinscopein 5
5912 AP Venlo

Stichting Omroep Limburg

Ambyerstraat-Zuid 77b
6226 AW Maastricht
tel. 043 - 850 60 00
omroeplimburg.nl