

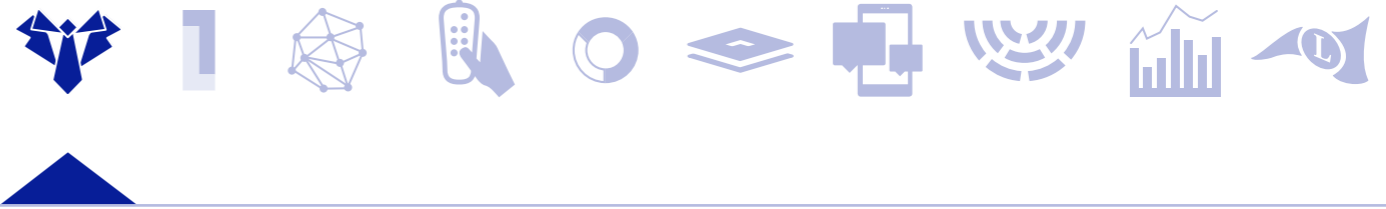


# L1 Jaarverslag 2014

L1mburg

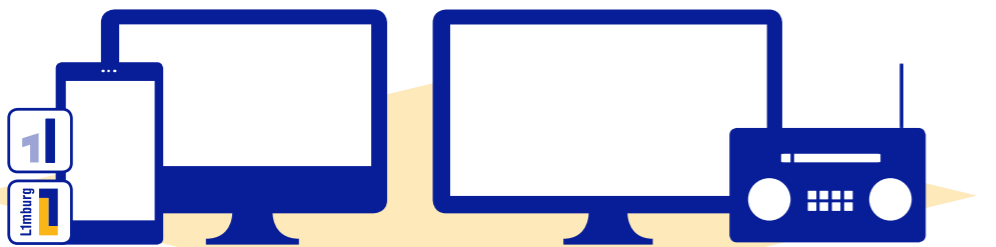


## Inhoudsopgave



# Samenwerken met een open vizier

**L1 heeft een productief jaar achter de rug. Er werden op een aantal fronten nieuwe samenwerkingsinitiatieven genomen: met MGL in 1Limburg, met Limburgse gemeenten en organisaties om de regionale verankering verder te versterken en met de regionale omroepen in Brabant en Zeeland in cluster Zuid. Financieel werd het jaar met een klein negatief saldo afgesloten. Het bereik online steeg opnieuw fors. Radio en tv hadden een moeilijk eerste half jaar. Daarna stegen het marktaandeel en dagbereik weer. De omzet uit reclame bleef achter bij de begroting en het niveau van 2013.**



**L1 en 1Limburg  
bijna 7 miljoen  
online bezoeken per maand**

**201.000  
kijkers per dag**

**138.000  
luisteraars per dag**

## Hoe zou je 2014 willen kenschetsen?

‘Als een overgangsjaar. L1 kroop niet in haar schulp, maar bereidt zich met een open vizier voor op de situatie na 2017 en gaat de samenwerking aan met haar partners. De aangekondigde bezuinigingen vanaf 2017 werpen hun schaduw duidelijk vooruit. Daar kwam de brief van staatssecretaris Dekker van oktober 2014 overheen. Daarin worden de regionale omroepen opgeroepen om vóór eind april 2015 duidelijk te maken hoe ze hun structuur efficiënter en slagvaardiger willen maken. Nadrukkelijk wordt hierin gesproken over centrale aansturing dan wel fusie binnen clusters. L1 is op basis hiervan met veel energie doorgeslagen op de ingeslagen weg van samenwerking. De organisatie durft de veranderingen aan en dat is belangrijk. Het wordt namelijk hoe dan ook anders. Onze inzet is om bij de veranderingen zoveel mogelijk zelf aan het stuur te blijven. Zodat we zelf de toekomst mee kunnen vormgeven.’

## Hoe verloopt de samenwerking in cluster Zuid?

‘Goed. Er is een grote bereidheid om samen te werken, onder twee voorwaarden: de merknamen van de drie betrokken omroepen (Omroep Brabant, Omroep Zeeland en L1) blijven ten behoeve van de herkenbaarheid bestaan. En de redacties blijven onafhankelijk opereren in de provincies. Alle andere vormen van samenwerking zijn onder de loep genomen, zowel in werkgroepen met vertegenwoordigers van de drie omroepen als in een onafhankelijk onderzoek door bureau Turner. Daarin is gebleken dat de mogelijkheden tot synergie het grootst zijn bij centrale aansturing in het cluster. Na de brief van de staatssecretaris in oktober hebben de drie omroepen in cluster Zuid besloten te willen onderzoeken hoe dit concreet vorm kan krijgen.’



## Het kabinet wil ook een intensievere samenwerking tussen de landelijke - en regionale publieke omroepen.

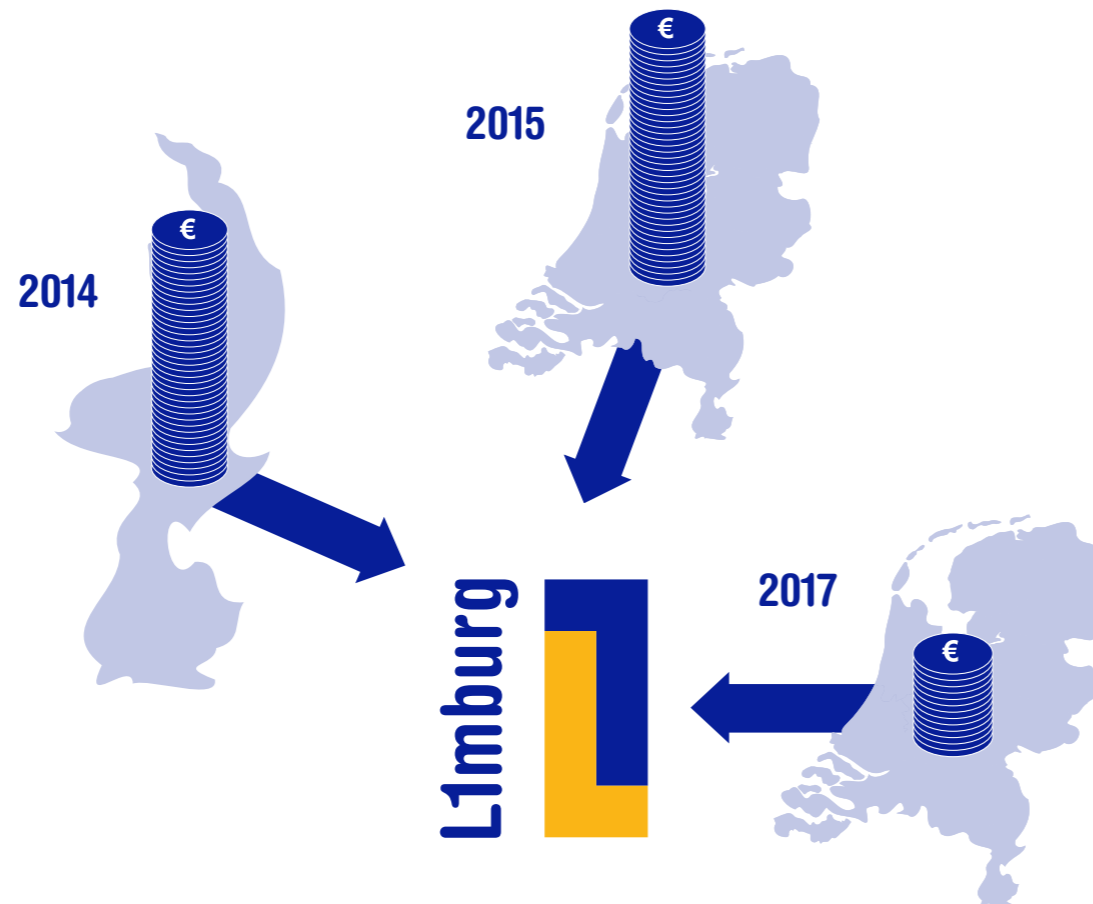
‘Daar ben ik een voorstander van, maar ook hier is de vraag hoe dat precies wordt ingevuld. In 2014 is de samenwerking tussen de regionale omroepen en de NOS versterkt door de oprichting van het Bureau Regio, dat is ondergebracht op de redactievloer van de NOS. Zo kunnen het regionale en landelijke nieuws snel worden uitgewisseld. Staatssecretaris Dekker vindt dat een goed voorbeeld van samenwerking, maar heeft ook geopperd om de regionale omroepen een venster te geven op een landelijke zender. Dat kan nieuwe kansen bieden voor het bereik van de regionale omroepen, maar mag niet ten koste gaan van hun regionale verankering. We zijn daarom ook geen voorstander van een integratie van de regionale in de landelijke publieke omroep. Dat is een brug te ver.’

## Je stipt de regionale verankering aan. Welke stappen heeft L1 in 2014 gezet om de verankering te versterken?

‘Het belangrijkste initiatief was de lancering op 17 september van 1Limburg, het gezamenlijke online platform voor regionaal nieuws van L1 en MGL, uitgever van de twee regionale kranten De Limburger en het Limburgs Dagblad. De eerste maanden zijn succesvol gebleken. Ik zie 1Limburg vooral als een strategische samenwerking. L1 en MGL kunnen zich in het eerste lijns regionaal nieuws moeilijk onderscheiden van elkaar. Dat kan wel in de duiding en verdieping, in de krant en op radio en tv. Door de krachten online te bundelen, maken we energie en capaciteit vrij voor de achtergrondjournalistiek. Dit is in Nederland baanbrekend. Geen andere publieke omroep heeft een eigen activiteit, zoals L1 het online regionaal nieuws, opgegeven om in te brengen in een samenwerking met een private mediapartij. Het Commissariaat voor de Media heeft de bijzondere constructie geaccepteerd op voorwaarde dat L1 voor 1Limburg haar hoofdaanspreekpunt is. In de praktijk zijn MGL en L1 volkomen gelijkwaardige partners.’

## Welke andere initiatieven nam L1 ten behoeve van de regionale verankering?

‘We hebben de samenwerking met gemeenten geïntensiveerd. L1 heeft in 2014 afspraken gemaakt met bijvoorbeeld Weert, Beek en Sittard-Geleen over onder meer het uitzenden van evenementen. Daarnaast brengen we wekelijks een bijdrage over de voortgang van de ondertunneling in Maastricht. We blijven zoeken naar manieren om ons archief te ontsluiten voor bijvoorbeeld zorginstellingen. Ook wordt onze samenwerking met Zuyd Hogeschool steeds intensiever. Veel projecten in de sfeer van nieuwe media worden opgezet samen met studenten van de faculteit CMD (Communication and Multimedia Design) en we hebben regelmatig stagiaires van verschillende opleidingen. Meer in het algemeen zijn we in gesprek met Maastricht University, hogescholen, Provincie en de campussen over onze rol in de Kennis-as in Limburg.’



## En de binding met de burgers?

‘Daarvoor worden projecten opgezet, zoals in de kerstperiode de succesvolle actie Samen voor de Voedselbank. Er zijn zo’n 220.000 producten ingezameld ter waarde van circa € 120.000. Ook is L1 Lab opgericht. Een initiatief waarin medewerkers van een doorsnede van alle afdelingen van L1 samenwerken om manieren te vinden om anders en interactief met Limburgers te communiceren. Het heeft bijvoorbeeld geleid tot een nieuw idee voor een platform dat als een marktplaats initiatieven van Limburgers gaat ondersteunen door vraag en aanbod bij elkaar te brengen. Bij de regionale verankering mogen we verder de nieuwe tv-programma’s AvondGasten en Óngerwaeg niet vergeten. Zij tonen goed aan welke toegevoegde waarde een regionale omroep heeft.’

## Een korte vooruitblik naar 2015?

‘In de programmering krijgt het Jaar van de Mijnen veel aandacht. In 2015 is het vijftig jaar geleden dat de sluiting van de mijnen werd aangekondigd. Op strategisch gebied werken we verder aan de samenwerking met onze partners. Met MGL in 1Limburg en met Omroep Brabant en Omroep Zeeland in cluster Zuid. In landelijk verband is de uitdaging om efficiënter en slagvaardiger te gaan werken en tegelijkertijd de regionale identiteit en inhoudelijke autonomie overeind te houden, ook in de samenwerking met de landelijke omroep. Dat begint met de bereidheid zaken los te laten die je beter gezamenlijk kunt doen. Die bereidheid is bij L1 zeker aanwezig.’

## Wat zijn tot slot de financiële vooruitzichten?

‘Voor 2015 voorzien we een hoger investeringsniveau dan in 2014. De noodzaak van iedere investering wordt scherp beoordeeld, mede in het licht van de forse korting op de overheidsbijdrage voor L1 vanaf 2017. De financiering er van vindt plaats vanuit het eigen vermogen en de lopende exploitatie. Bij de reclame verwachten we eenzelfde omzet als in 2014. Binnen de reclame-inkomsten voorzien we een verdere stijging van de online omzet. De exploitatielasten worden naar verwachting hoger dan in 2014. Dit wordt vooral veroorzaakt door de kosten van 1Limburg. 1Limburg is in september 2014 van start gegaan en zal in 2015 voor het hele jaar in de exploitatielasten meelopen. Het resultaat over 2015 zal mede hierdoor naar verwachting lager zijn dan in 2014. Het personeelsbestand zal in 2015 nagenoeg gelijk blijven.’

**Rob Stevens**  
algemeen directeur



# Dit is L1

Wat doet L1? Voor wie maken we programma's?  
 Welke mediakanalen zetten we daar voor in?  
 Eind 2014 is een nieuw Strategisch Plan opgesteld, waarin onderstaande missie en doelstellingen staan verwoord. Vanwege de onduidelijkheden rond de toekomst van het publieke mediabestel beperkt dit nieuwe plan zich tot de periode 2015-2017.

## Onze missie

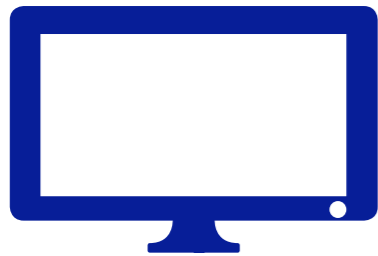
Het mission statement is een belangrijk uitgangspunt voor de strategie:

- L1 wil het toonaangevend informatiemedium van én met Limburgers zijn: snel, actueel, dichtbij, onafhankelijk, betrouwbaar, breed toegankelijk, maatschappelijk relevant.
- L1 wil zo veel mogelijk mensen bereiken.
- L1 wil als publieke omroep financieel gezond zijn om de continuïteit van de onderneming te garanderen.
- L1 zet innovatie in met name voor de distributie van media-aanbod.
- L1 zet medewerkers aan tot meebewegen met veranderende in- en externe behoeftes.





## Onze doelstellingen



### L1 TV

Gemiddeld dagbereik op jaarbasis 14%



### L1 Radio

Marktaandeel 14% en/of minimaal tweede positie in Limburg



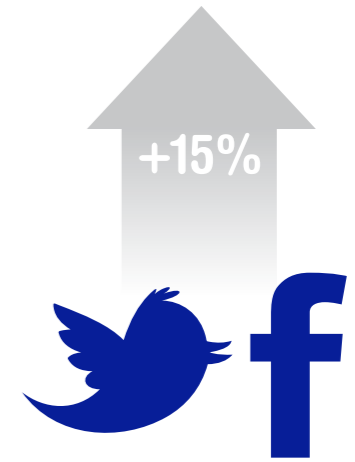
### L1 Apps en Site

Minimaal 600.000 bezoeken per maand



### 1Limburg App en Site

Minimaal 8.500.000 bezoeken per maand



### Social Media



# Bereik en impact

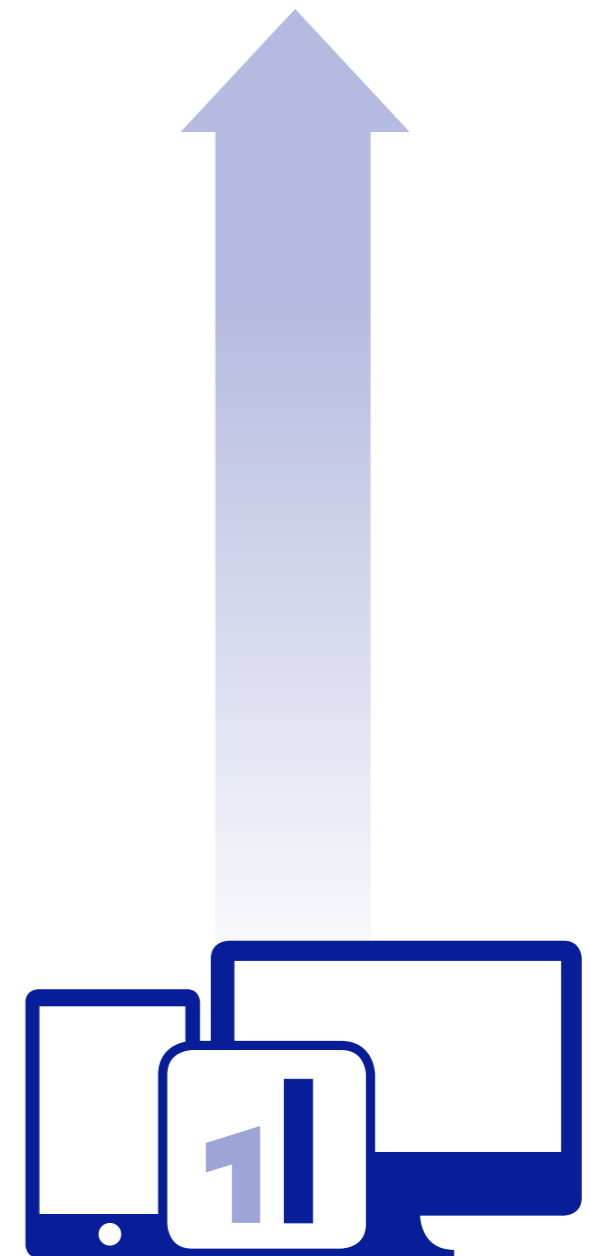
L1 en MGL lanceerden in september het gezamenlijke digitale nieuwsplatform 1Limburg, als website en als app. Daarnaast kwamen er twee nieuwe programma's op tv: AvondGasten en Óngerwaeg. Ze sloegen aan bij het publiek. Het bereik van L1 TV steeg in de tweede helft van het jaar en mensen bleven langer kijken. Volgens hoofdredacteur Leo Hauben reden genoeg om in 2015 voort te bouwen op de ingeslagen weg.

## Hoe heeft het publiek gereageerd op 1Limburg?

'Het aantal bezoeken is binnen vier maanden gestegen naar zes miljoen per maand. Daarmee zijn we goed op weg naar het doel van tien miljoen bezoeken. De app is ruim 80.000 keer gedownload. Dat zijn cijfers om tevreden over te zijn. Voor de gebruiker is de bundeling van het regionale nieuws in tekst en beeld pure winst. De site biedt ook nieuwe kansen om een groter publiek te bereiken. De nieuwsvoorziening op 1Limburg kun je gebruiken om achtergrondverhalen of discussie in de krant of op radio of tv aan te zwengelen. Een digitale publicatie is het begin van de relatie met je publiek. Dat gegeven meer benutten is voor mij een vorm van ondernemende journalistiek. Die werkwijze moeten we in 2015 beter in de vingers krijgen.'

## Gaat 1Limburg ten koste van de bestaande website en app van L1?

'Ja en nee. Het aantal bezoeken aan de L1-platforms is na de lancering van 1Limburg gedaald van 8½ miljoen naar twee miljoen per maand. De bezoekers blijven wel veel langer hangen. Nu de eerste laag van het nieuws is verplaatst naar 1Limburg, kunnen we via L1.nl onze programma's beter presenteren. Daarmee wordt de L1-site een betere etalage van ons aanbod. Dat is zonder meer een positieve bijvangst van 1Limburg.'







## L1 veranderde de programmering op tv. Een succes?

‘Ja. Voor Óngerwaeg gaat een team van drie mensen de provincie in om mensen op straat aan te spreken. Zo dringen we letterlijk door in de haarvaten van de samenleving. Met AvondGasten geven we duiding en diepgang aan het regionale nieuws. Beide versterken onze regionale verankering. Daarnaast is Limburg Doc in 2014 verder op stoom gekomen. We produceerden een tiental eigen documentaires.’

## L1 streeft op cultureel gebied naar verdere groei. Is dat gelukt in 2014?

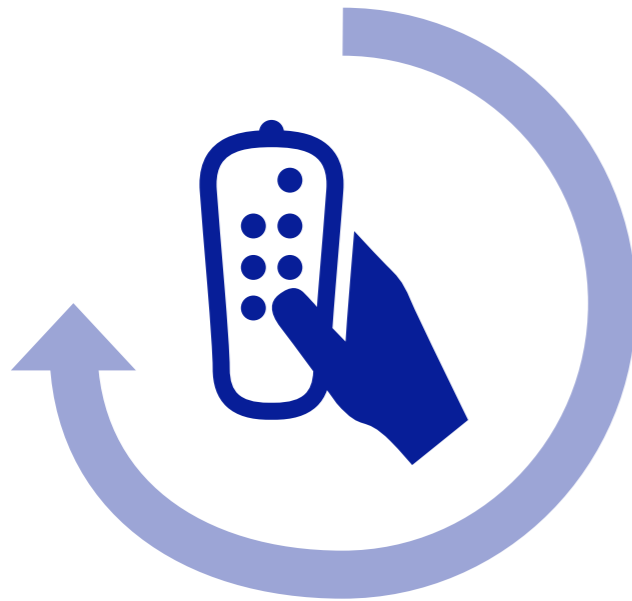
‘Op filmgebied zie je een sterke ontwikkeling. We bieden een platform aan talent van Cinesud, het initiatief voor experimentele video Videopower en de Limburgse Organisatie voor Audiovisuele Amateurs. Ons voornemen een online platform voor Limburgse popmuziek en een nieuw cultuurprogramma op tv te ontwikkelen is niet gelukt. De nieuwe tv-programmering en 1Limburg vroegen veel aandacht.’

## In vogelvlucht

- bereik radio en tv eerst gedaald, daarna gestegen
- nieuwssite 1Limburg (web en app) in december ruim 5 miljoen keer per maand bezocht
- ruim 80.000 downloads van app 1Limburg
- kijktijd op TV en bezoektijd website gestegen
- nieuwe tv-programma's Óngerwaeg en AvondGasten
- actief gebruik Facebook bevordert bezoek aan L1 en 1Limburg

## Wat verwacht je van 2015?

‘We gaan door op de ingeslagen weg. Ons doel is de vele niet-frequente kijkers en luisteraars beter aan ons te binden. Ik ben daar optimistisch over. Door de technische mogelijkheden kunnen we snel op gebeurtenissen inspelen. Steeds meer mensen voelen daardoor de urgentie om gebruik te maken van L1.’





**Ruud Stikkelbroeck**  
directeur/hoofdredacteur Omroep Venlo



## ‘Wij sluiten aan op de leefwereld van burgers’

L1 en Omroep Venlo werken al jaren intensief met elkaar samen. Ze wisselen beeldmateriaal en programma's uit en trekken soms samen op. Volgens directeur/hoofdredacteur Ruud Stikkelbroeck van Omroep Venlo een goede manier om met publiek geld meer te doen, zonder verlies van kwaliteit.

### Collega's en soms concurrenten

‘Omroep Venlo en L1 zien elkaar in de eerste plaats als collega's. Daarom werken we al jaren samen. Bij bijvoorbeeld persconferenties voegt het niets toe om er ieder apart naar toe te gaan. Dan sturen we samen één cameraman en één verslaggever. Waar een specifieke invalshoek wel wat toevoegt maar van de beeldregistratie niks eigens is te maken, werken we met één cameraman en twee verslaggevers. Hetzelfde geldt voor de verslaggeving van ongelukken. Wie het snelst op de bewuste plek is, gaat ernaartoe en de beelden worden daarna gedeeld. Ook wisselen we wel eens documentaires en onderwerpen van programma's uit. Omroep Venlo functioneert daarnaast regelmatig als een klein productiebedrijf voor L1. Omdat wij ervaring hebben met een regiewagen en registraties met meer camera's kunnen wij aan L1 een goede kwaliteit leveren. Zo'n samenwerking kan bestaan omdat Omroep Venlo professioneel werkt met een vaste en stabiele kern van drie ervaren verslaggevers. Bij specifieke items en zaken waar een eigen handtekening van de verslaggever iets toevoegt, kiezen we voor een eigen aanpak en zijn we min of meer concurrent. Dat kan uitstekend naast elkaar bestaan.’

### Belang van lokale en regionale omroepen

‘Lokale en regionale omroepen sluiten aan bij de dagelijkse leefwereld van burgers. Voor een lokale omroep geldt dat nog sterker dan voor een regionale. Wij brengen als enige snel nieuws uit de directe leefomgeving van burgers. Als iemand vanuit huis een paar ziekenwagens hoort, wil hij toch snel weten wat er aan de hand is. De regionale kranten en L1 besteden, omdat ze een groter gebied bestrijken, relatief meer aandacht aan grotere nieuwsitems dan aan het kleinere nieuws op straat of uit de buurt. Maar ook daar geldt dat je voor veel onderwerpen eerder afstemt op de regionale media dan op de landelijke.’

### Samenwerking in de toekomst

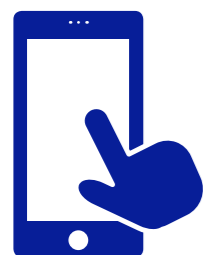
‘Ik ga er vanuit dat de regionale omroepen onafhankelijke redacties houden in hun provincie. In dat geval blijven we onze samenwerking met L1 zeker voortzetten. Ik vind het niet meer dan vanzelfsprekend om daar waar het kan de krachten te bundelen. Het gaat hier immers om publiek geld van ons allemaal.’



# Bereik

Het bereik van L1 Radio stond de eerste helft van het jaar onder druk. De stijging in de tweede helft was onvoldoende om het jaargemiddelde van 2013 te evenaren.

Het bereik van L1 TV, dat in april met een nieuwe programmering begon, is op peil gebleven. Online was een bijzonder jaar, omdat L1 in september begon met het nieuwsplatform 1Limburg (web en app), een gezamenlijk initiatief met de Limburgse kranten. Daardoor kreeg L1.nl een andere functie: promotie en service. Vergelijkende cijfers zijn daardoor niet mogelijk.



## L1 Online

	2014	2013
<b>Bezoeken per maand</b>	1.834.027	5.519.553



## 1Limburg Web & App

vanaf september gegroeid naar

<b>Bezoeken per maand</b>	5.063.786
---------------------------	-----------



## Social Media

**Totaal aantal volgers L1 social media** Meer dan 55.000 volgers

**Facebook** 17.481 likes

**Twitter @L1** 33.094 volgers

**Twitter @L1Alaaf** 5.226 volgers

**Totaal aantal volgers 1Limburg social media per eind december**

**Facebook** 6.374 volgers

**Twitter @1Limburg** 3.930 volgers



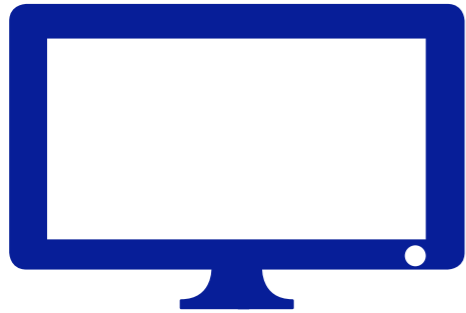
## L1 Actueel

Meer dan 7.000 abonnees



## L1 TXT

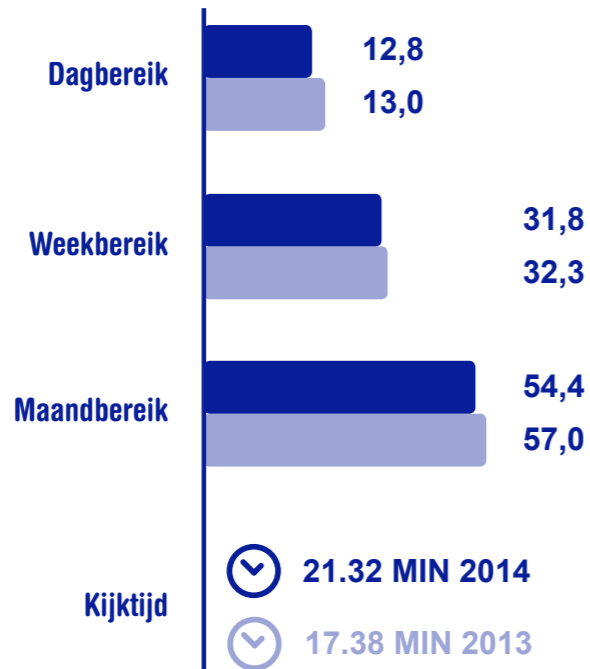
1/3 van de kijkers gebruikt teletekst van L1



### L1 TV

Bron: SKO/GfK

- 2014 (%)
- 2013 (%)



### L1 Radio

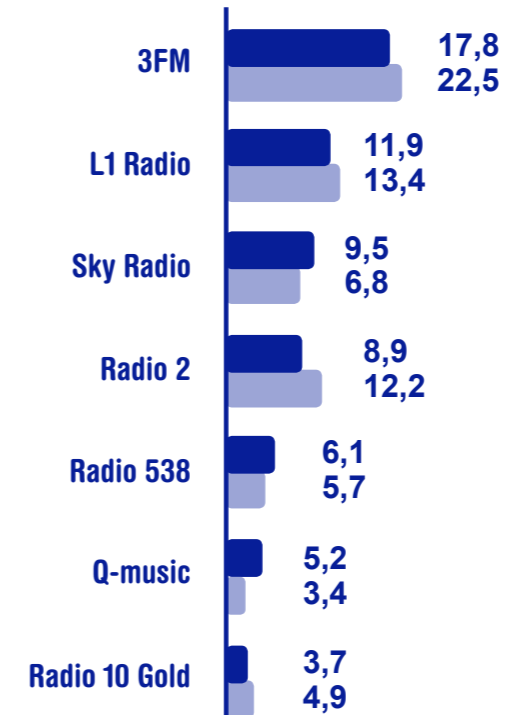
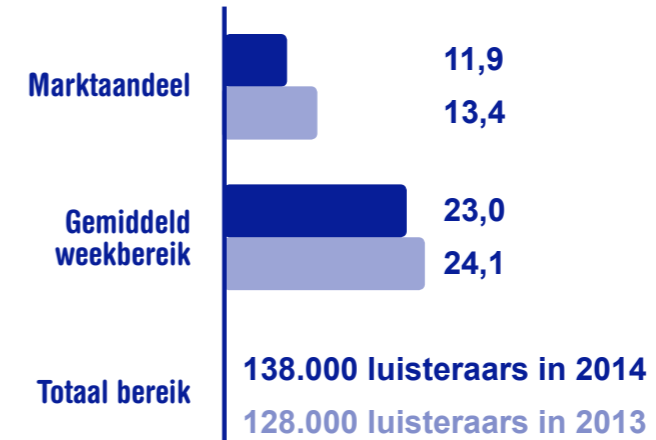
Bron: NLO/GfK

- 2014 (%)
- 2013 (%)



### Marktaandeel radiozenders in Limburg

- 2014 (%)
- 2013 (%)





# Projecten op Online, TV en Radio

In onze programmering gaan we uit van vier primaire interessegroepen: nieuws, sport, carnaval en (volks) cultuur. Het publiek kan op al onze kanalen kennis nemen van (nieuws)gebeurtenissen en evenementen op deze gebieden. Op de volgende pagina's vindt u een overzicht van de belangrijkste projecten. Een groot aantal daarvan is alleen bij L1 te bekijken of te beluisteren. Naast uitzendingen op radio en tv wordt uitgebreid aandacht besteed aan projecten op L1.nl.



# Algemeen



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



Rowwen Hèze  
@RowwenHeze - 7 oktober 2014

We zijn zometeen om 17.55u live te gast bij het TV programma Avondgasten op L1, kijken jullie mee?



Theo Bovens  
@TheoBovens - 18 december 2014



Nr studio #L1 Uurtje meehelpen actie voedselbanken #vb14 en #avondgasten Geeft u mij wat te doen?

## Gemeenteraadsverkiezingen

19 maart  
L1vetimecafé  
live tv

## Uitreiking Limburg Export Award

29 oktober  
Thomas Regout Maastricht  
semi-live tv

## First European Presidential Debate

28 april  
Theater aan het Vrijthof  
Maastricht  
live tv

## Samen voor de Voedselbank

19 december  
L1vetime café L1  
live tv en radio

## Viering 200 jaar Koninkrijk in Maastricht

30 augustus  
Maastricht  
live tv

## Opening Jaar van de Mijnen

17 december  
Theater Heerlen  
live tv

## Hiltho

3 oktober  
Horst  
live radio

## Blik op 2014

20 december  
Weert  
tv-programma



# 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.



Hai Berden  
@haiberden - 26 december 2014

#VivaClassicLiveVenlo op #L1 TV :  
Klassiek top concert. Hulde aan Sef Thissen  
c.s. voor dit hoogstaand amusement !



## Mama's Pride Festival

10 en 11 mei  
Burg. Damenpark Geleen  
live radio

## Knastercross

7 september  
Geulle  
live tv

## Pop on top festival

24 mei  
Kuurpark Valkenburg  
live radio

## Bundesschützenfest Kerkrade

21 september  
Kerkrade  
live tv

## Pinkpop

7-8-9 juni  
Landgraaf  
live radio | tv-programma's

## Dvers-Festival

4 oktober  
Markt Sittard  
live radio |  
radio concertopnames

## Oud Limburgs Schuttersfeest (OLS)

schietwedstrijden en optocht  
6 juli  
Grevenbicht  
live tv | live radio

## Concertconcoursen LBM

12 en 19 oktober  
Oranjerie Roermond  
live radio

## Oud Limburgs Schuttersfeest (OLS)

schietwedstrijden kavelen  
12 juli  
Grevenbicht  
live radio | tv-programma's

## Oktoberfeesten Sittard

17 t/m 22 oktober  
Sittard  
live tv



# Sport



L1 beschouwt sport als een van zijn kernactiviteiten. Zowel de professionele sport als de breedtesport krijgen ruime aandacht.



**OCI Nitrogen-LIONS**  
@OCI\_LIONS - 23 november 2014

@OCI\_LIONS speler Luc Steins genomineerd bij verkiezing Limburgs Sporttalent van het jaar #goforgold #L1SPRT

## WK Veldrijden

2 februari  
Hoogerheide  
live tv

## Venloop

30 maart  
centrum Venlo  
live tv

## Volta Limburg Classic

5 april  
dwars door Mergelland  
live tv

## Toerversie Amstel Goldrace

19 april  
Cauberg Valkenburg  
live tv

## Start Amstel Goldrace

20 april  
Markt Maastricht  
live tv

## Limburgs Mooiste

14 juni  
Avantis-terrein Heerlen  
live tv

## ENECO Tour

11 t/m 17 augustus  
Nederland en België  
live tv

## Jumping Indoor Maastricht

15 en 16 november  
MECC Maastricht  
live tv





# Carnaval



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



SjingBoem  
@SjingBoem - 17 Februari 2014

Wae staon 6x in de #TOP1111 van 2014!! @L11Alaaf  
<http://www.l11alaaf.nl/top1111/>

## Limburgse Buutte-kampioenschappen

10 januari  
Oranjerie Roermond  
live radio

## Halve Finales Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoer (LVK)

11, 18, 25 januari  
L1vetimecafé  
live radio | live tv

## ALVK

8 februari  
Helden  
live radio

## Finale Limburgs Vastelaoves Konkoer

14 februari  
Fresh Park Venlo  
live radio | live tv | online

## Kinderoptocht Sittard

23 februari  
Markt Sittard  
live tv

## Top 1111

17 februari – 1 maart  
Studio L1  
radio-uitzendingen

## Brand Beer Boètegewoeëne Boètezitting

1 maart  
Zoepkoel (Oude Markt) Venlo  
live radio | live tv | 23e editie

## Lichtstoet Beek

2 maart  
Markt Beek  
live tv

## Optocht Heerlen

2 maart  
Pancratiusplein Heerlen  
live tv

## Grote Optocht Sittard-Geleen

2 maart  
Markt Sittard  
live tv i.s.m. NOS

## Groeëte Gulpener Vastelaoves Finale

4 maart  
centrum Gulpen  
semi-live tv | 12de editie

## Projek11

25 mei  
Centrum Sittard  
live tv

## de11evande11e

11 november  
Vrijthof Maastricht  
live tv



De Zawpense Beeg  
10 November 2014

Op de huëgte blieve van t Limburgse Vaselaoves nuujts? L11 Alaaf haet enne nuje app!



# Samenwerkingspartners

Veel projecten komen tot stand dankzij een goede samenwerking met partners. In 2014 werkten wij (willekeurige volgorde) samen met o.a.:



Huis voor de Kunsten  
 Limburgse Bond van Muziekgezelschappen  
 Vereniging Ned. Koren-organisaties afd. Limburg  
 Conservatorium Maastricht  
 Stichting Funpop  
 Gemeente Beek  
 VV De Winkbülle  
 GMV de Plaggenhouters  
 Stichting Lichtstoet Beek  
 Gulpener  
 Limburgs Museum  
 Museum het Domein Sittard  
 Raod veur 't Limburgs  
 Veldeke Limburg  
 LVKA

Stichting LVK  
 Gemeente Sittard-Geleen  
 Stadscomité BBZ Venlo  
 Brand Bier  
 NOS Evenementen  
 Stichting Gulpen AIAaf  
 NOS Studio Sport  
 Omroep Brabant  
 Omroep Venlo  
 RTV Maastricht  
 Stichting Cultuur  
 WK Wielrennen  
 Gemeente Weert  
 Media Groep Limburg  
 Export Sociëteit Limburg  
 LIOF  
 Sjeng Kraft Kompenei

Huis voor de Sport  
 Stichting Grand Ballon  
 Topsport Limburg  
 Roda JC Kerkrade  
 VVV-Venlo  
 Fortuna Sittard  
 MVV Maastricht  
 Maastricht UMC+  
 Parkstad Limburg Theater  
 Heerlen  
 OLS Federatie  
 Volta Limburg Classic  
 Stichting Amstel Gold Race  
 Marotte Zitterd  
 Optoch Kommitee Zitterd  
 Theater De Maaspoort  
 Venlo

Kartoesj  
 ECI Cultuurfabriek  
 Roermond  
 Euronews  
 Omroep Max  
 Streektaalfunctionaris  
 Maastreechter Staar  
 Philharmonie  
 zuidnederland  
 Theater aan het Vrijthof  
 TheaterHotel de Oranjerie  
 En nog vele anderen



**Huub Paulissen**  
 hoofdredacteur Dagblad De Limburger  
 en Limburgs Dagblad



# ‘Regionale media als kwaliteitskeurmerk steeds belangrijker’

In een tijd waarin via internet een wilde informatiestroom op de burger afkomt, is de rol van regionale media nog belangrijker dan vroeger, vindt Huub Paulissen, hoofdredacteur van de kranten van Media Groep Limburg (MGL). ‘Zij staan garant voor de juistheid van de informatie en kunnen de vele ongenueanceerde uitingen op internet van het juiste perspectief voorzien.’

## Baken van rust en zekerheid

‘Regionale media zijn verbonden met de haarvaten van de samenleving. Wat in de wereld en in Den Haag gebeurt, is voor burgers zeker belangrijk. Maar nog belangrijker is wat de consequenties daarvan zijn voor de eigen leefwereld, en wat er in die woon- en leefwereld gebeurt. Mensen willen daarover worden geïnformeerd. Dat kan in toenemende mate op het web, maar daar kan iedereen roepen wat-ie wil. Het is via de regionale media dat de burger kan achterhalen welke informatie juist is en wat de achtergronden zijn van bepaalde ontwikkelingen in de eigen leefwereld. Regionale media waren ooit de enige leverancier van informatie voor de burger. Nu zijn ze een baken van rust en zekerheid te midden van een wildgroei aan informatie.’

## Verdieping

‘Dagblad De Limburger en het Limburgs Dagblad kunnen overleven omdat ze op tijd de juiste keuzes hebben gemaakt. Concentreren op de regionale verslaggeving en geen eigen redacties meer voor de ontwikkelingen in Den Haag en het buitenland. Onze journalisten mogen bij wijze van spreken

niet de provinciegrens over. De samenwerking met L1 in 1Limburg is een volgende stap in deze ontwikkeling. Wij constateerden al in 2009 dat we identieke websites optuigden met dezelfde informatie. Door de krachten te bundelen, hebben we nu een aparte redactie die zich alleen bezig houdt met het snelle regionale nieuws. De dagbladen en L1 kunnen zich daardoor beter concentreren op de achtergrondjournalistiek: de uitleg en duiding van ontwikkelingen. Onze kranten brengen nu minder dagelijks nieuws, maar meer verdieping. Dat maakt ze, in combinatie met de snelle nieuwsvoorziening door 1Limburg, interessanter voor de lezers. De juistheid van die strategie blijkt uit de cijfers. Eind februari 2015 lag het aantal bezoeken van 1Limburg al op 7 miljoen per maand.’

## Verder samenwerken

‘1Limburg blijft wat mij betreft niet het enige samenwerkingsinitiatief met L1. Ik wil de journalistieke samenwerking graag verder uitbreiden. Ooit waren wij rivalen, nu werken wij aan hetzelfde doel: een goede informatievoorziening aan de Limburgse samenleving. De samenwerkingsklus is daarom nog niet af.’



# De mensen van L1

Bijna honderd medewerkers en daarnaast zo'n veertig freelancers zijn dagelijks actief voor L1. Ze werken aan de inhoud van programma's, onze mobiele platforms, de reclame-inkomsten en de (technische) facilitering van de organisatie. Ook in 2014 was het personeelsverloop klein. Het jaar stond vooral in het teken van de Redactie van de Toekomst. De verschuiving van posities is volgens HR-manager Fabiënne Rousch goed verlopen.



## Hoeveel mensen waren bij de Redactie van de Toekomst betrokken?

'Ruim de helft van het personeelsbestand. In december 2013 hebben alle medewerkers van de redactie kunnen aangeven in welke functies zij interesse hadden. In 2014 kwamen daar de nieuwe tv-programmering en 1Limburg doorheen. In december is de reorganisatie afgerond. Een aantal mensen heeft een nieuwe functie gekregen. Enkele functies zijn nog niet definitief. Slechts één medewerker heeft gebruik gemaakt van de vrijwillige vertrekregeling. Medewerkers van L1 komen moeilijk in beweging. Dat bleek ook bij de invulling van de redactie van 1Limburg. Daarvoor heeft L1 drie mensen extern geworven, ook om een frisse blik naar binnen te halen.'

## Er was ook iets te vieren in 2014.

'En dat voor het tweede jaar op rij. In 2013 werd onze eindredacteur muziek Henk Hover benoemd tot Ridder in de Orde van Oranje Nassau, voor zijn bijdrage aan het levend houden van de Limburgse dialectmuziek. In 2014 kreeg L1-vastelaovesjournalist Tom Doesborg de Orde van de Gulden Humor, één van de hoogste carnavalonderscheidingen in Limburg. Dat is zeker een felicitatie waard.'

## Hoe verloopt de deelname aan Maastricht-Bereikbaar?

'In dit project wordt geprobeerd het aantal files te verminderen en Maastricht bereikbaar te houden. L1 doet mee met een fietsplan. Ook hebben we in 2014 met dertig medewerkers een pilot Slimmer Werken uitgevoerd. Doel is mensen ook thuis of elders aan taken te laten werken, zodat ze buiten de files naar kantoor kunnen komen. In een tussentijdse evaluatie bleek dat dit nog weinig gebeurt. De pilot wordt daarom vervolgd, deels door op ict-gebied modernisering door te voeren.'

## Is het gebrek aan beweging gunstig of ongunstig?

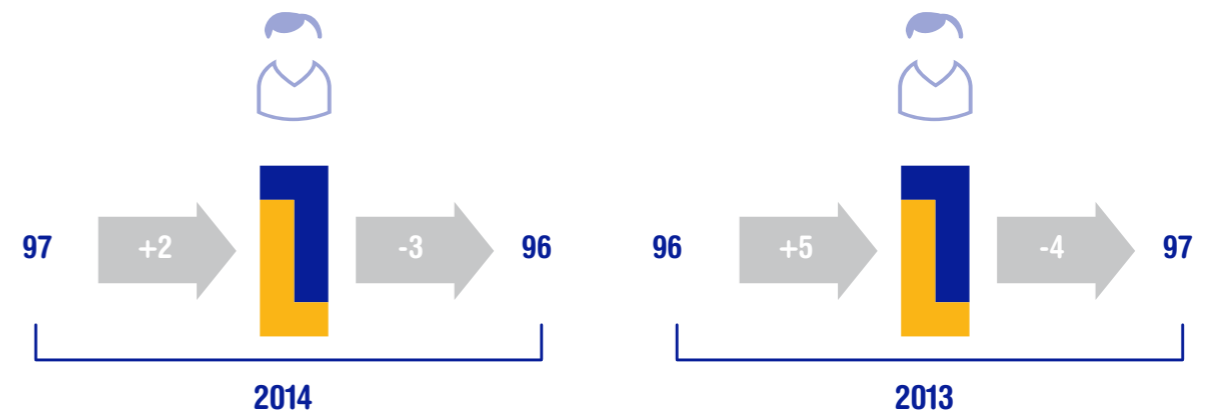
'Mensen blijven graag werken bij L1 en die loyaliteit koesteren we. Toch heeft dit ook nadelen. Door de toekomstige bezuinigingen en samenwerking in cluster Zuid zullen er mensen moeten vertrekken. Via het Werkstation kunnen medewerkers eens per vijf jaar een loopbaanadvies krijgen. We stimuleren hen daar gebruik van te maken. Het is belangrijk dat medewerkers inzien dat er ook buiten L1 nog een wereld bestaat.'



## In vogelvlucht

- invulling Redactie van de Toekomst afgerond
- fietsplan en pilot Slimmer Werken voor Maastricht-Bereikbaar verlengd
- proefjaar nieuwe afdeling Mediafaciliteiten met succes voltooid
- training projectmanagement voor nieuwe manier van werken
- twee werkervaringsplaatsen en elf stagiaires bij L1
- samenwerking met MGL bij werving nieuw personeel voor 1Limburg
- nieuw initiatief voor uitwisselingsplekken met andere omroepen

## Mutaties Personeelsbestand



## Ziekteverzuimgegevens

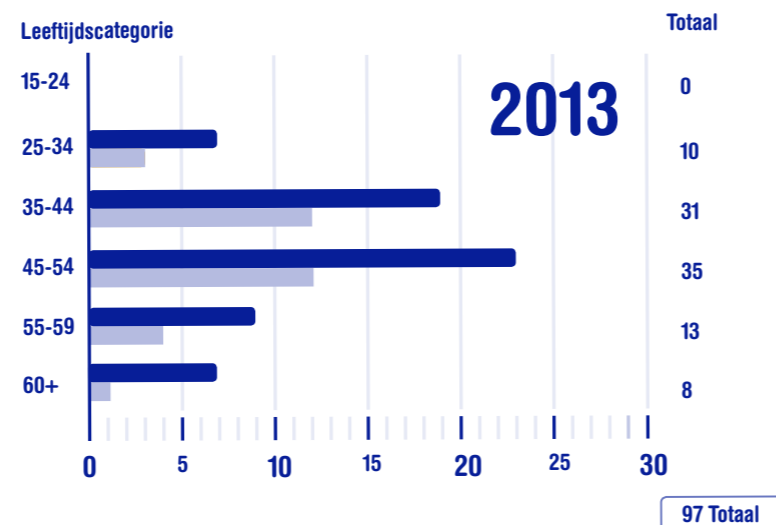
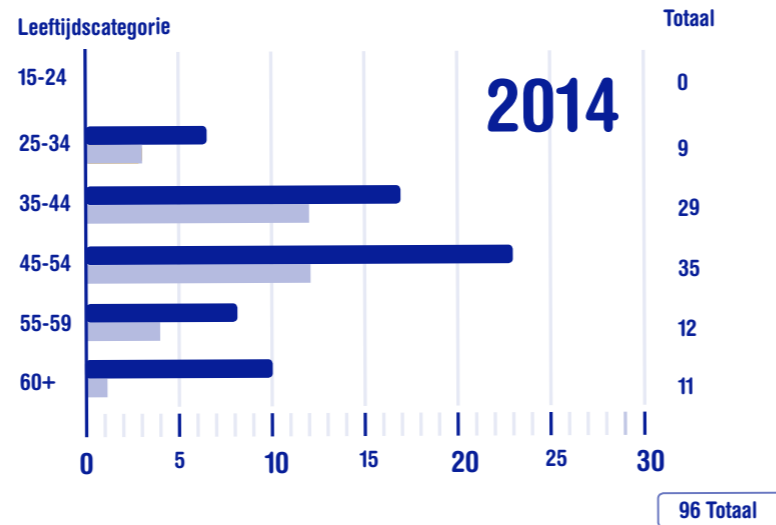
exclusief zwangerschapsverlof

	2014	2013
<b>Verzuimpercentage</b>	1,76%	1,78%
<b>Gemiddelde duur</b> in dagen	10,89	6,17
<b>Meldingsfrequentie</b> aantal meldingen gedeeld door totaal aantal medewerkers	0,88	0,90



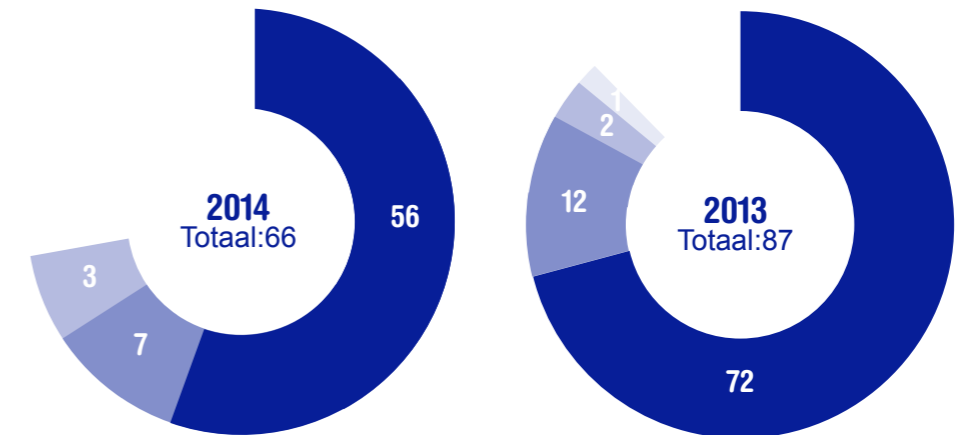


## Opbouw personeelsbestand



## Ziekteverzuim aantallen

exclusief zwangerschapsverlof





# Verslag Ondernemingsraad

## Samenstelling Ondernemingsraad

De OR bestaat uit zeven leden:

Edwin Maas, voorzitter  
 Jolanda van Kesteren, vicevoorzitter  
 Twan Senden, secretaris  
 Rudi Ebbinge, lid  
 Marcel Ermers, lid  
 Arthur Hubers, lid  
 Thomas Kusters, lid

In 2014 zijn er geen personele wijzigingen geweest binnen de ondernemingsraad.

## Dagelijks bestuur

Het dagelijks bestuur wordt gevormd door de voorzitter, vicevoorzitter en de secretaris.

## Advies

In de verslagperiode heeft de ondernemingsraad de volgende adviesaanvragen behandeld:

- 14-2-2014 investering behorende bij projectplan van Goed naar Beter TV
- 28-3-2014 1Limburg fase 1
- 12-6-2014 1Limburg fase 2
- 16-9-2014 procesbegeleider vervolgonderzoek cluster Zuid
- 10-12-2014 verlengen periode interim manager Mediafaciliteiten

## Instemming

In de verslagperiode heeft de ondernemingsraad de volgende instemmingsaanvragen behandeld:

- 14-4-2014 aannamebeleid tijdelijke contracten en freelancers
- 6-8-2014 wijziging puntentelling beoordelingssystematiek

## Communicatie

De ondernemingsraad van L1 hecht veel waarde aan een goede communicatie. Niet alleen met de eigen achterban, maar ook de communicatie tussen bedrijfsleiding en medewerkers was en blijft voor de OR een speerpunt.

## Nieuwsbrief

In 2014 is 6 keer een nieuwsbrief opgesteld, zodat de medewerkers op de hoogte zijn van de onderwerpen, de standpunten en het uiteindelijke besluit van de OR. Deze nieuwsbrieven zijn gepubliceerd op intranet. Ook zijn ze via e-mail verstuurd naar alle medewerkers met een vast dienstverband en naar freelancers.

## Redactieraad

In het verslagjaar is 4 keer vergaderd met de Redactieraad. Het overleg is bedoeld om elkaar bij te praten over actuele onderwerpen die bij L1 spelen en om eventueel zaken op elkaar af te stemmen. In 2014 is onder meer gesproken over:

- samenwerking in cluster Zuid
- AvondGasten
- evaluatie Redactie van de Toekomst
- 1Limburg
- medewerkers tevredenheidsonderzoek

## Platform

De regionale omroepen hebben eind 2014 een platform opgericht. Het platform is in het leven geroepen om vroegtijdig geïnformeerd en betrokken te worden bij de planvorming rondom de toekomst van de regionale omroepen. Op die manier kan de medezeggenschap worden gemaximaliseerd. Verder is het platform er om nieuws, ontwikkelingen en feiten te delen onder de ondernemingsraden. Ook is het bedoeld als ondersteuning bij de veranderingen naar aanleiding van de plannen van staatssecretaris Dekker. Namens de OR van L1 is de secretaris afgevaardigd in het platform.



# L1 Reclame

**De omzet van L1 Reclame was in 2014, inclusief de landelijke omzet, 6% lager dan in 2013. Vooral de radio-omzet daalde fors. De omzet online steeg opnieuw explosief. Volgens commercieel directeur Maurice Benneker sluit dit aan op het hedendaagse mediagebruik. Hij verwacht dat 1Limburg op advertentiegebied nieuwe kansen biedt.**

## Is er een verklaring voor de gedaalde omzet?

'Eigenlijk niet. De landelijke radio-omzet is 3% gestegen en het bereik van L1 Radio is slechts zeer minimaal gedaald. Vergeet echter niet dat de reclameomzet in de voorgaande drie jaren steeds steeg. In een economisch moeilijke tijd zitten we nog altijd ruim boven het niveau van vier jaar geleden, en regionaal hebben we nog steeds de hoogste omzet van alle regionale omroepen. Daar komt bij dat we via 1Limburg in nauwelijks vier maanden tijd al een behoorlijke en deels nieuwe omzet hebben behaald. Het technisch platform achter de website biedt op advertentiegebied nieuwe mogelijkheden.'

## Waarom?

'1Limburg maakt het mogelijk advertenties te targeten, zodat ze alleen in een bepaald gebied of voor specifieke doelgroepen te zien zijn. Daarnaast is retargeting mogelijk. Mensen die vaak specifieke pagina's van 1Limburg bezoeken, krijgen op hun interessegebied ook op andere websites advertenties aangeboden. Adverteerders kunnen daarmee nog gericht adverteren.'

## Nog andere nieuwe initiatieven in 2014?

'We hebben een nieuwe app gelanceerd voor Carnaval, L11 Alaaf. En we werken aan een app voor L1 Business. Daarmee spelen we in op het huidige mediagebruik, waarbij mensen meerdere keren per dag hun smartphone of tablet raadplegen en minder vaak achter een pc of laptop zitten. We ontwikkelen de apps samen met bedrijven die zo hun techniek kunnen tonen. Zo houden we de kosten laag, maar bieden we wel nieuwe mogelijkheden voor adverteerders.'

## Hoe gaat het met L1 Business?

'Goed. Het aantal leden steeg tot net boven de honderd. We organiseerden opnieuw een tiental evenementen. Een aantal sprekers vertelde over technologische ontwikkelingen en de gevolgen daarvan voor specifieke branches. De toegevoegde waarde van L1 Business heeft zich daarmee weer bewezen. Het is een laagdrempelige manier voor bedrijven om kennis te maken met L1, zich te presenteren en met de andere leden te verbinden. Dit netwerken combineren we met kennisoverdracht en vermaak.'

## Wat zijn de ambities voor 2015?

'Het versterken van de regionale verankering van L1 blijft ons belangrijkste doel. We willen dat Limburgse burgers denken: 'L1, dat is van mij'. In L1 Lab ontwikkelen we activiteiten die dat kunnen bevorderen. Onder de noemer L1 Link denken we aan een marktplaats waar vraag en aanbod van burgers en bedrijven bij elkaar komen. Daarmee kunnen we hen nog beter aan ons binden.'

## In vogelvlucht

- totale omzet 6% lager dan in 2013
- groei reclame online zet explosief door
- platform 1Limburg maakt targeten en retargeten mogelijk
- aantal leden L1 Business gestegen naar 108
- geen uitbreiding narrowcasting
- lancering app L11 Alaaf
- eerste ideeën over nieuw platform voor toepassingen L1 Lab
- nieuw aanbod om voor klanten sociale mediacampagne te verzorgen





# Mediafaciliteiten

L1 heeft op technisch gebied in 2014 mooie resultaten bereikt. De gelijktijdige lancering van de website en app van 1Limburg samen met MGL springt in het oog. Daarnaast kwam er een nieuwe self support radiostudio en bereidde de omroep zich voor op een toekomst met digitale uitzendingen. L1, zegt interimmanager Mediafaciliteiten Bert Lemmens, zoekt voortdurend naar kansen om kosten te besparen. De samenwerking met andere partijen speelt daarin een belangrijke rol.

## De lancering van 1Limburg, hell of a job?

‘Dat was inderdaad het grootste project van 2014. We hebben in relatief korte tijd iets moois neergezet, in een vernieuwende vorm van publiek-private samenwerking. In nauwe samenwerking met onze leveranciers hebben we een uitgebreid platform gebouwd, waarin het open source content management systeem van Drupal 7 is gecombineerd met de professionele versie van DFP van Google. Dat is een unicum binnen

de regionale omroepen en biedt meer commerciële (advertentie)mogelijkheden. Ik ben verder trots op onze tweede self support radiostudio. Deze hebben we samen met een aantal lokale partners vormgegeven. Door goed te luisteren naar de wensen van de medewerkers die de studio dagelijks gebruiken, hebben we een optimale omgeving gecreëerd voor radio op een hoogstaand niveau. Samen met radioexpert Eric Holzhauer hebben we bovendien het geluid op een kwalitatief hoger niveau gebracht.’



## Hoe speelt Mediafaciliteiten in op de toekomstige bezuinigingen?

‘Door enerzijds nieuwe bedrijfsmodellen te ontwikkelen waarmee de omzet kan worden verhoogd, zoals 1Limburg. En anderzijds door kosten te besparen. Dat is in 2014 gebeurd zonder dat de kijker of luisteraar er iets van heeft gemerkt. Door bijvoorbeeld de inzet van XPression kunnen we nu de reguliere programmakaarten op tv automatisch aanmaken. Dat scheelt ettelijke uren per dag. Ons tv-sigitaal gaat nu via de media gateway in Hilversum. We hebben de website van 1Limburg in België ondergebracht. Allemaal zaken waarmee we goedkoper uit zijn. Voor de langere termijn onderzoeken we in een werkgroep hoe in cluster Zuid technische faciliteiten kunnen worden gecombineerd of gedeeld. En we bekijken steeds hoe we zaken die niet tot onze kernactiviteiten behoren buiten de deur kunnen leggen, bijvoorbeeld in de cloud.’

## Digitale tv en radio, kan dat al bij L1?

‘Met onze apparatuur zijn we er bijna klaar voor. Met onze ENG-camera’s kunnen we opnames in HD-kwaliteit maken. Verder is

in 2014 de aanbesteding voorbereid van het digitale netwerk voor de radio (DAB+), dat september 2015 in de lucht moet gaan. Het FM-sigitaal blijft overigens voorlopig bestaan, onder andere vanwege de taak van L1 als rampenzender. Wanneer bij L1 digitale tv wordt ingevoerd, is koffiedik kijken. Dat wordt bepaald met onze partners in cluster Zuid en misschien zelfs landelijk. Ook hier is een goede samenwerking daarom het devies.’

## In vogelvlucht

- gelijktijdige lancering website en app 1Limburg
- tweede self support studio voor radio
- modernisering regiestraat televisie
- mobiele radiostudio voorzien van netwerken KA-SAT en 4G
- nieuwe ENG-camera’s in gebruik genomen
- implementatie XPression voor automatische aanmaak programmakaarten
- nieuwe tv-studio voor programma AvondGasten
- hosting website L1 en internettoegang ondergebracht bij ketenpartner NPO



## ‘L1 gaat op uitdagingen goed in’



De positionering van L1 is goed en de omroep slaagt er in de regionale verankering en eigen identiteit te behouden. Jan Simons, voorzitter van de Raad van Commissarissen, is te spreken over hoe L1 de vele uitdagingen in 2014 heeft aangepakt.

### Hoogtepunt

‘De lancering van 1Limburg was het hoogtepunt van 2014. Zowel L1 als Media Groep Limburg is over de eigen schaduw heen gestapt om vorm te geven aan een vernieuwende publiek-private samenwerking. 1Limburg is voortvarend gestart, maar de ontwikkeling is nog niet af. Zo zijn meer trajecten nog niet afgerond. In de eerste plaats natuurlijk het invulling geven aan de kabinetsplannen en de aangekondigde bezuinigingen vanaf 2017. Gegeven de moeilijke omstandigheden gaat L1 goed op deze uitdagingen in.’

### Vertrouwenwekkend

‘De Raad van Commissarissen heeft in 2014 een weloverwogen besluit genomen over de variabele beloning van de directeur van L1. Dit was vervolgens onderwerp van gesprek in de media. Het Commissariaat voor de Media en het ministerie van Binnenlandse Zaken hebben geconcludeerd dat de Raad in deze kwestie geen fouten heeft gemaakt. De beloning is niet strijdig met de Wet Normering Topinkomens. Vertrouwenwekkend vind ik de overname van MGL door Concentra. Deze uitgeverij staat zowel geografisch als inhoudelijk dicht bij de dagbladen en L1 dan de vorige eigenaar Mecom.’

### Samenwerking

‘L1 moet efficiënter gaan werken tegen lagere kosten. Dat is het best te realiseren door samenwerking. Harde voorwaarde is dat de identiteit en regionale verankering van L1 geborgd moeten blijven. De uitdaging is om zodanig kostenefficiënt te werken dat de programmering er op vooruit kan gaan. Dan ligt er een uitkomst om trots op te zijn.’

### Resultaat

‘L1 heeft 2014 met een klein negatief saldo afgesloten. Dit is ten laste van de Reserve media-aanbod gebracht.’

**Jan Simons**  
voorzitter Raad van Commissarissen

## De Raad van Commissarissen in 2014

**drs. J.P.M. Simons** (voorzitter)  
**H.A.J.M. Coumans**  
**drs. C.W. van Seventer**  
**H.G.J. Heidenrath** (secretaris)

De Raad van Commissarissen kwam in 2014 vijf maal bijeen in aanwezigheid van de directeur van L1. De Raad voerde verder regelmatig afzonderlijk overleg met de directeur en de Ondernemingsraad. Terugkerende onderwerpen tijdens de overleggen en vergaderingen waren de financiële resultaten, de reclameomzet, de toekomst van de regionale omroepen en het onderzoek naar de samenwerking in cluster Zuid, de lancering van 1Limburg, de overname van MGL door Concentra, de voortgang van het innovatieproject L1 Lab, de Redactie van de Toekomst en het strategisch plan 2015-2019.

De Raad heeft de ontwikkelingen op bovengenoemde onderwerpen steeds beoordeeld op de mate waarin ze bijdragen aan het behoud van de regionale identiteit van L1 en de gewenste versterking van de regionale verankering. Op dit gebied zijn in 2014 goede stappen gezet om van L1 een toekomstbestendige omroep te maken. Alle L1-medewerkers hebben daaraan bijgedragen. De Raad van Commissarissen dankt hen zeer voor hun inzet en creativiteit.



**Peter van Dijk**  
 gedeputeerde provincie Limburg



# ‘Regionale omroep als hoeder van de democratie’

Voor de lokale en provinciale democratie is een regionale omroep onmisbaar. Dat zegt Peter van Dijk, gedeputeerde in de provincie Limburg voor onder meer het mediabeleid. Van Dijk vindt dan ook dat L1 zelfstandig en onafhankelijk moet blijven, niet alleen journalistiek maar ook bestuurlijk.

## Drie functies

‘L1 heeft als regionale omroep drie functies: het informeren van de Limburgse burgers, het invulling en vorm geven aan de Limburgse culturele identiteit en het waarborgen van een onafhankelijke en kwalitatief goede journalistiek in Limburg. Om de democratie goed te laten functioneren, moet het bestuur kritisch worden gevolgd, zodat burgers maximaal worden geïnformeerd over het nieuws van de dag en de achtergronden en bredere context daarvan. We mogen ons gelukkig prijzen dat dat in Limburg nog gebeurt, met L1 en dagbladuitgever MGL. Ik zie wel dat door de bezuinigingen het hyperlokale nieuws als eerste verdwijnt. Het gevaar is dan dat burgers zich niet meer herkennen in de berichtgeving in de media, omdat ze nergens meer lezen wat in hun buurt of dorp gebeurt. De provincie probeert daar via haar mediabeleid verandering in aan te brengen. We streven naar een goed en eigentijds medialandschap waarin partijen met elkaar samenwerken en er plaats blijft voor het lokale nieuws.’

## Onafhankelijk blijven

‘Gezien haar belangrijke functie vindt de provincie dat L1 onafhankelijk moet blijven, niet alleen journalistiek

maar ook bestuurlijk. Bij een centrale aansturing van regionale omroepen kan een bestuurlijke moloch ontstaan waarin het regionale karakter onder druk komt te staan. De positie waarin L1 zich momenteel bevindt, is echter lastig en het verleden biedt geen garanties voor de toekomst. Daarom is het zeker verstandig te bekijken of regionale omroepen efficiënter kunnen werken door samenwerking in de back office, op voorwaarde dat de Limburgse identiteit daarbij niet verloren gaat.’

## Toekomst van L1

‘Ik verwacht meer heil van uitbreiding van de publiek-private samenwerking dan van een centrale aansturing van regionale omroepen. Gelukkig geeft de Mediawet daar ruimte voor. De samenwerking van L1 en MGL is een geslaagd voorbeeld van hoe een publieke en private partij samen het medialandschap kunnen opschudden. Het past in de provinciale visie dat media toe moeten naar nieuwe verdienmodellen, waarin digitalisering en de inbreng van burgers voorop staan. Daarnaast is de samenwerking tussen L1 en Omroep Venlo een goed voorbeeld van hoe partijen door samen te werken het bedreigde lokale nieuws kunnen versterken.’



# Samengevoegde balans per 31 december 2014

na resultaatbestemming

## Activa

### Vaste activa

	2014	2013
Immateriële vaste activa	2.679	3.206
Materiële vaste activa	2.315.190	2.383.236
Financiële vaste activa	96.211	96.047
	<b>2.414.080</b>	<b>2.482.489</b>

### Vlottende activa

Vorderingen en overlopende activa	3.431.467	2.961.423
Liquide middelen	3.952.215	4.022.072
	<b>7.383.682</b>	<b>6.983.495</b>

### Totaal activa

**9.797.762**      **9.465.984**

## Passiva

### Eigen vermogen

	2014	2013
Geplaatst kapitaal	63.529	63.529
Agioreserve	2.643.460	2.643.460
Reserve voor media-aanbod	(3.268)	0
Overige reserves	3.310.178	3.310.178
	<b>6.013.899</b>	<b>6.017.167</b>

### Egalisatierekening huisvesting

251.013      365.070

### Voorzieningen

556.483      427.009

### Kortlopende schulden en overlopende passiva

2.976.367      2.656.738

### Totaal passiva

**9.797.762**      **9.465.984**

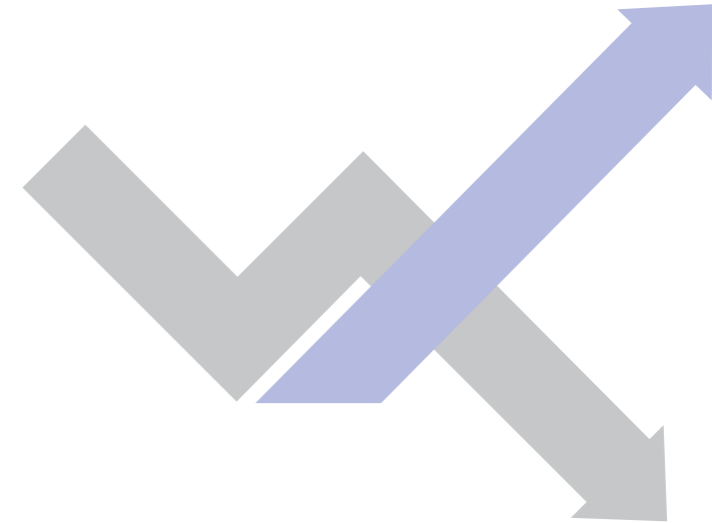


# Samengevoegde resultatenrekening over 2014

	2014	2013
<b>Baten</b>		
Productievergoedingen	11.258.674	11.029.465
Omzet reclame radio	868.199	1.043.951
Omzet reclame TV	878.845	870.756
Sponsoring en overige inkomsten	2.128.553	1.967.332
<b>Totaal baten</b>	<b>15.134.271</b>	<b>14.911.504</b>
<b>Lasten</b>		
Personeelskosten vast personeel	7.457.218	7.312.709
Personeelskosten freelance personeel	2.263.848	1.927.132
Overige programmakosten	1.204.573	1.263.465
Facilitaire kosten	860.730	882.771
Huisvestingskosten	702.012	717.864
Afschrijving materiële vaste activa	812.153	768.190
Algemene kosten	1.854.085	1.418.899
Dotatie voorzieningen dub. Debiteuren	39.213	(40.740)
<b>Totaal lasten</b>	<b>15.193.832</b>	<b>14.250.290</b>
Bedrijfsresultaat	<b>(59.561)</b>	<b>661.214</b>
Rentebaten	61.345	73.220
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	<b>1.784</b>	<b>734.434</b>
Belastingen	5.052	94.393
<b>Resultaat na belastingen</b>	<b>(3.268)</b>	<b>640.041</b>



# Toelichting op de samengevoegde resultatenrekening 2014



## Baten

De productievergoedingen die via Stichting Omroep Limburg worden ontvangen, komen via het Commissariaat voor de Media van het Ministerie van OC&W. Deze middelen zijn in 2014 geïndexeerd met 1,5%. De vergoedingen worden toebedeeld aan zowel radio als tv. De toedeling is gebaseerd op de daadwerkelijke inzet van de middelen. Dit resulteert in een bijdrage van 38% aan radio en 62% aan tv.

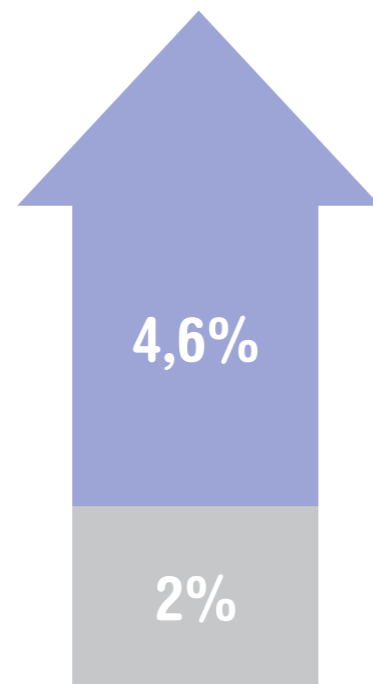
De stijging van de totale bruto omzet met 1,5% komt grotendeels voor rekening van de gestegen productievergoeding, de barteromzet en omzet online. De verschillende omzetten vertonen een gevarieerd beeld.

- De regionale reclameomzet bij de radio is net als in 2013 ook in 2014 gedaald. Daar staat tegenover dat de stijging van de landelijke reclameomzet bij radio van de afgelopen jaren zich ook in 2014 heeft voortgezet. Per saldo daalde de totale reclameomzet bij radio met 17%.
- Na de stijging van de regionale reclameomzet bij de tv in 2013 is deze in 2014 licht gedaald. De in voorgaande jaren dalende omzet van de landelijke reclameverkoop tv is in 2014 een halt toegeroepen en omgezet in een stijging. Per saldo is de totale reclameomzet bij tv gestegen met 1%.
- De sponsorbijdragen zijn in 2014 met 25% gedaald.
- De omzet online neemt een groeiende positie in en is in 2014 gestegen met 53%. Dit betreft zowel de internetomzet op de site van L1 als die van 1Limburg.
- De barteromzet is gestegen met 39%.



## Lasten

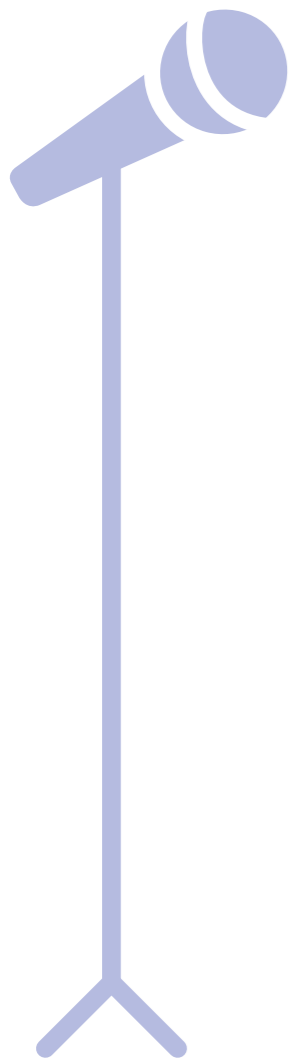
**De totale lasten laten een stijging zien van 6,6% ten opzichte van 2013. Van deze stijging komt 2% ten laste van 1Limburg. Hierna een toelichting op de verschillende kostenposten.**



- De stijging van de personeelskosten voor vast personeel komt voort uit een dotatie aan de pensioenvoorziening, een dotatie aan de jubileumvoorziening, een hogere reservering voor niet opgenomen vakantiedagen, een toename van de sociale lasten, gestegen opleidingskosten en de personeelskosten voor 1Limburg. Het personeelsbestand lag licht lager dan in 2013.
- De stijging van de personeelskosten freelance wordt grotendeels veroorzaakt door het ingehuurd personeel ten behoeve van 1Limburg. Daarnaast is personeel ingehuurd als gevolg van het niet of niet direct invullen van vrijgekomen vacatures en voor een aantal projecten waar sponsorinkomsten tegenover stonden.
- De overige programmakosten liggen onder het niveau van 2013 door een aantal verlaagde kosten, waaronder lagere uitzendrechten en lagere Buma-kosten.
- De daling van de facilitaire kosten wordt veroorzaakt door lagere distributiekosten als gevolg van goedkopere lijnverbindingen.
- Bij de huisvestingskosten zijn in de afgelopen jaren grote besparingen behaald door het openbreken van contracten. De daling in 2014 wordt met name veroorzaakt door lagere energielasten.

- Door de ontwikkelingen in het publieke medialandschap wordt een behoudend investeringsbeleid gevoerd. De stijging van de afschrijvingslasten in 2014 is het gevolg van eerder uitgestelde vervangingsinvesteringen en investeringen ten behoeve van 1Limburg.
- De algemene kosten zijn gestegen als gevolg van ruim hogere barterkosten, waar een hogere barteromzet tegenover stond. Tevens zijn de advieskosten sterk toegenomen, mede als gevolg van de start van 1Limburg.

Over de winst bij Omroepbedrijf Limburg B.V. is vennootschapsbelasting berekend omdat er geen compensabele verliezen meer zijn. Er is een actieve belastinglatentie voor het verschil tussen de fiscale en de commerciële afschrijvingen. De winst van Televisiebedrijf Limburg B.V. is volledig verrekend met compensabele verliezen van het jaar 2008. De actieve belastinglatentie is gevormd voor een deel van de nog staande verliezen uit het verleden en voor het verschil tussen de fiscale en de commerciële afschrijvingen.



# Bestaansrecht bewezen

De regionale omroepen staan voor een periode van ingrijpende veranderingen. Ook in 2014 werd er volop gediscussieerd over hun toekomst. Er gaapt een kloof tussen de plannen van staatssecretaris Dekker en die van de omroepen zelf. De staatssecretaris wilde de regionale omroepen onderbrengen bij de NPO. Gelukkig is dit niet doorgegaan. De omroepen hebben de kans gekregen een eigen gezamenlijk plan voor een nieuwe bestuursstructuur te maken. Daarin zal sprake zijn van minder bestuurlijke drukte

en meer samenwerking met elkaar en met de NOS. Stichting Omroep Limburg constateert met genoegen dat L1 en de omroepen in Brabant en Zeeland voortvarend de handschoen hebben opgepakt.

In alle discussies mag de taak van de regionale omroep niet worden vergeten. L1 heeft een belangrijke functie als nieuws-, sport- en cultuurzender voor Limburg en haar inwoners. Daarbij vervult L1 ook een journalistieke taak in de controle van het bestuur.

Door diepgang, duiding en debat levert ze een onmisbare bijdrage aan de kwaliteit van de democratie. En door aandacht te hebben voor wat leeft bij de Limburgers is L1 verankerd in de Limburgse maatschappij, van Eijsden tot Mook. Dat de bereikcijfers in de tweede helft van 2014 weer zijn gestegen, bewijst het belang van deze functie en het bestaansrecht van L1.

De discussie over de toekomst raakt de positie van Stichting Omroep Limburg als zendgemachtigde en de bijzondere constructie van



Omroep Limburg

L1 met een publieke en twee private aandeelhouders. Het voortzetten van deze publiek-private samenwerking staat in de toekomstige bestuursstructuur onder druk. Hoe dit ook zal uitpakken, vast staat dat het merk L1 als zelfstandige omroep met een autonome redactie, en verankerd in de Limburgse samenleving, blijft bestaan.

**Joep Hahn**  
voorzitter Stichting  
Omroep Limburg



