



*De omroep werkte ook in 2016 aan een verdere versterking van zijn band met de regio*

*Het bereik van L1 samen met 1Limburg is nog nooit zo hoog geweest als in 2016*

# **L1 JAARVERSLAG 2016**

*Over de periode september - oktober was L1 Radio voor het eerst in de geschiedenis marktleider in de provincie met een marktaandeel van 17,6%*

**L1mburg**



# **INHOUD**

# DE REGIE TERUG IN EIGEN HANDEN

## Interview met de algemeen directeur.

*L1 heeft een bewogen jaar achter de rug. Er werd in de eerste helft van 2016 nog veel tijd gestoken in de voorbereiding van de reorganisatie van de regionale publieke omroepen op landelijk niveau. Na de zomer bleek dat deze van de baan is. De regionale omroepen blijven zelfstandig, maar de bezuinigingstaakstelling van 17 miljoen euro bleef. L1 neemt in de nieuwe situatie de regie weer in eigen handen. De omroep onderzoekt een bestuurlijke fusie met Omroep Brabant, waarbij de regionale identiteit en inhoudelijke autonomie gewaarborgd zijn. De bezuinigingstaakstelling is al voor grofweg tweederde ingevuld, zonder gevolgen voor personeel en programmering. Daarmee is L1 zowel financieel als organisatorisch klaar voor een toekomst waarin onze energie weer volledig op de regionale journalistiek gericht is.*

## EEN STREEP DOOR DE REORGANISATIE VAN DE REGIONALE PUBLIEKE OMROEPEN. WAAROM?

‘We hebben gezamenlijk bijna twee jaar gewerkt aan een nieuwe structuur waarin we vergaand zouden gaan samenwerken, met behoud van de redactionele onafhankelijkheid. De eerste fase, met de introductie van de Regionale Publiek Omroep (RPO), was afgerond. Vlak na de zomer van 2016 werden we verrast door het wetsvoorstel van staatssecretaris Dekker voor de tweede fase. Hierin werd de positie van de regionale media-instellingen niet wettelijk verankerd. De zendmachtiging voor de regionale omroep lag in het voorstel bij de RPO. Acht van de dertien regionale publieke omroepen, waaronder L1, vonden dat dit te veel onzekerheden bood naar de toekomst. Juist voor het behoud van de regionale identiteit en inhoudelijke autonomie. Deze acht zijn daarom niet akkoord gegaan met het voorstel voor de tweede fase, waarna Dekker het wetsvoorstel heeft ingetrokken.’

## **CONCRETE GEVOLGEN.**

‘De regionale publieke omroepen blijven bestaan als zelfstandige organisaties, met een eigen zendmachtiging en bekostiging. Wel is er nu een Regionale Publieke Omroep als wettelijk verankerd landelijk orgaan, met een eigen Raad van Toezicht en straks ook een eigen bestuurder. Daarnaast is er ROOS, waarin de regionale publieke omroepen al langer met elkaar samenwerken. De uitdaging is te bekijken of en hoe dat in elkaar kan worden geschoven en hoe de RPO zich verhoudt tot de dertien regionale media-instellingen. We streven constructief naar een werkbare situatie. Intussen is de bezuinigingstaakstelling gebleven. Met ingang van 2017 moeten de regionale publieke omroepen samen structureel 17 miljoen euro bezuinigen. De taakstelling voor L1 bedraagt anderhalf miljoen euro.’

## **HOE GEEFT L1 DIT VORM?**

‘We zijn in 2016 een onderzoek begonnen naar de mogelijkheden van een bestuurlijke fusie met Omroep Brabant. Daar is in december de hoofdlijnennotitie Samen Sterker uitgekomen. We streven naar een bestuurlijke fusie in een nieuwe gemeenschappelijke stichting met één directeur/bestuurder, management team en Raad van Toezicht in plaats van twee. Wij denken verder door synergievoordelen tot kostenbesparingen te komen, om zo de regionale journalistiek een impuls te geven. Daarnaast zijn er ideeën om sommige onderdelen redactioneel samen te organiseren. Beide merken, Omroep Brabant en L1, blijven bestaan en de redacties blijven volledig zelfstandig en gevestigd in Son en Maastricht. Van een gezamenlijke programmering zal geen sprake zijn.’

## **ZELF DE REGIE VOEREN.**

‘In 2016 hebben we terug het heft in eigen handen kunnen nemen. In plaats van een door de politiek van bovenaf opgelegd landelijk model, hebben we samen met Omroep Brabant het initiatief genomen tot een meer bescheiden model van onderop. Dat wordt door veel medewerkers van L1 als een opluchting ervaren. Ik merk dat de plannen voor intensieve samenwerking met Omroep Brabant positief worden ontvangen binnen de organisatie. Niettemin heerst er, zo lang de plannen niet concreet zijn uitgewerkt, nog steeds onzekerheid onder het personeel.’

## **WAAROM?**

‘De bezuinigingstaakstelling is in 2017 al grofweg voor tweederde ingevuld door efficiencyverbeteringen en besparingen in de afgelopen jaren. Zonder ontslagen of veranderingen in de programmering. We hebben goede hoop dat we de nog te realiseren bezuinigingen voor een groot deel kunnen opvangen door de samenwerking met Omroep Brabant. Helemaal zeker is dat niet. In 2017 moet blijken of er in de toekomst toch consequenties zijn voor personeel en/of programmering. Vooruitlopend hierop hebben we al eerder middelen gereserveerd voor een vrijwillige vertrekregeling. Deze is in november 2016 opengesteld.’

## **HOE HEEFT L1 HET IN 2016 QUA BEREIK GEDAAN?**

‘Naar tevredenheid. Over de periode september-oktober was L1 Radio voor het eerst in de geschiedenis marktleider in de provincie met een marktaandeel van 17,6%. Hoger dan landelijke zenders als 3FM en Radio 2. Het jaargemiddelde was 14% en daarmee behalen we de doelstellingen van ons strategisch plan. L1 TV blijft het qua bereik moeilijk hebben, maar dat past in de algemene trend dat mensen steeds minder lineair televisie kijken. Het bereik online was bijzonder goed. Het gebruik van de website en app 1Limburg is fenomenaal gegroeid. Alles bij elkaar is het bereik van L1 samen met 1Limburg nog nooit zo hoog geweest als in 2016.’

## **DE TOEKOMST VAN 1LIMBURG VERANDERT.**

‘1Limburg hebben wij opgezet met Media Groep Limburg (MGL), uitgever van Dagblad De Limburger en het Limburgs Dagblad. Eind 2016 heeft de nieuwe eigenaar van MGL (Concentra) aangekondigd de samenwerking te stoppen. Concentra wil zich concentreren op één merk. Wij vinden dat jammer. 1Limburg is een in Nederland unieke vorm van publiek-private samenwerking op mediagebied. Er wordt veel naar ons verwezen als goed voorbeeld van hoe zo’n samenwerking kan verlopen. We willen niet te lang stilstaan bij het stoppen ervan. Zulke dingen gebeuren. De samenwerking wordt in 2017 conform de gemaakte afspraken netjes afgebouwd en daarna gaan wij zelfstandig met 1Limburg verder.’

## **DE REGIONALE VERANKERING IS EEN BELANGRIJK DOEL VAN L1.**

‘En daar hebben we ook in 2016 weer hard aan gewerkt. Een goed voorbeeld was Tour de Limbourg, een dagelijks wielprogramma rond de Tour de France. Dit kwam elke dag uit een andere gemeente. Hiervoor hebben we samengewerkt met gemeenten en de provincie Limburg. We maakten een avondprogramma over de ingebruikname van de A2-tunnel in Maastricht. Ons project voor de voedselbanken begin december was een groot succes en leverde bijna honderd duizend producten meer op dan in 2015. En we blijven in gesprek met de Brightlands campussen in Limburg om te zien wat we voor en met elkaar kunnen betekenen. Allemaal tekenen dat we onze centrale rol in de Limburgse samenleving op tal van manieren inhoud geven.’

## **BOETE COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA UIT 2015.**

‘Stichting Omroep Limburg, houder van de zendmachtiging van L1, heeft in 2015 bezwaar aangetekend. In 2016 heeft dat geleid tot een verlaging van het boetebedrag van € 275.000 naar € 239.000. We zijn tegen onderdelen van de boete in hoger beroep gegaan. Stichting Omroep Limburg en L1 willen nog steeds principieel meer duidelijkheid krijgen over wat op grond van de Mediawet wel en niet is toegestaan op het gebied van educatie en sponsoring.’

## 2016 IN FINANCIËEL OPZICHT.

‘We sluiten 2016 af met een positief resultaat. In het boekjaar 2015 werd nog een verlies gerealiseerd van € 595.531. In het boekjaar 2016 is dat omgebogen naar een winst van € 1.066.660. Dit is het gevolg van kostenbeheersing, de vrijval van een deel van de in 2015 gevormde reorganisatievoorziening en een stijging van de omzet van € 16.115.625 in 2015 naar € 16.217.791 in 2016. L1 staat er financieel goed voor.

We hebben tijdig ingespeeld op de door het Rijk opgelegde bezuinigingen vanaf 2017 en een voorziening getroffen voor een vrijwillige vertrekregeling. De pijn van de bezuinigingen is voor een groot deel reeds genomen.

Het eigen vermogen is in 2016 afgenomen als gevolg van de inkoop van de aandelen die in bezit waren van twee private aandeelhouders. Desalniettemin bedraagt de solvabiliteit 50%, hetgeen goed te noemen is. Ondanks een licht negatieve kasstroom is de liquiditeitsratio met 1,58 ruim voldoende om aan de kortlopende verplichtingen te kunnen voldoen. De exploitatie en de investeringen worden gedekt door de overheidsbijdrage en de commerciële omzet. Er bestaat geen behoefte aan financiering met vreemd vermogen. Er wordt geen gebruik gemaakt van financiële instrumenten om eventuele financiële risico's af te dekken.’

## VOORUITZICHTEN VOOR 2017.

‘2017 gaat veel duidelijk worden. Ervan uitgaand dat het nieuwe kabinet niet met nieuwe plannen komt voor de regionale publieke omroepen, kunnen we toewerken naar een meer definitieve situatie. De bestuurlijke fusie met Omroep Brabant willen we op 1 januari 2018 laten starten. We gebruiken 2017 om dit uit te werken. Hoe dat precies gaat uitpakken, is nog niet te zeggen. Veel zal hetzelfde blijven, maar het wordt toch anders.’

## FINANCIËLE VERWACHTINGEN VOOR 2017.

‘2017 is het eerste jaar waarin de regionale publieke omroepen structureel worden gekort op hun subsidie van het ministerie van OC&W. Voor de hele sector bedraagt de korting € 17 miljoen, voor L1 betekent het een structureel lagere bekostiging van anderhalf miljoen euro. De afgelopen jaren heeft L1 hierop al geanticipeerd. In november 2016 is onder meer een vrijwillige vertrekregeling opengesteld. Hiermee zullen de personeelslasten naar verwachting structureel met € 600.000 dalen. De begroting voor 2017 laat al met al een verlies zien van € 306.000. In 2017 gaan diverse werkgroepen, in het kader van de voorgenomen bestuurlijke fusie met Omroep Brabant, vaststellen welke besparingen kunnen worden gerealiseerd door intensief met elkaar samen te werken.’



**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 heeft L1 een nieuw Strategisch Plan opgesteld. Hierin zijn de missie en doelstellingen opgenomen voor de jaren 2015 en 2016. Een verdere vooruitblik werd niet verantwoord geacht vanwege de destijds nog verwachte reorganisatie van de regionale publieke omroep per 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



## **1LIMBURG WEB EN APP**

Minimaal 11 miljoen bezoeken per maand.



## **L1 WEB EN APP**

Minimaal 975.000 bezoeken per maand.



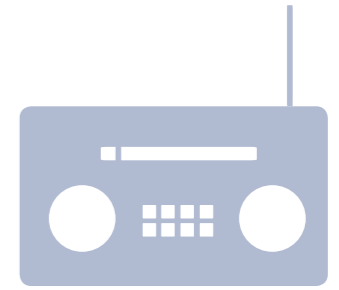
## **SOCIAL MEDIA**

Minimaal 15% groei per jaar.



## **L1 TV**

Gemiddeld dagbereik op jaarbasis 14%.



## **L1 RADIO**

Marktaandeel 14% en/of minimaal tweede positie in Limburg.



## IMPACT

*L1 probeerde in 2016 zijn programma's beter onder de aandacht te brengen van het publiek. Volgens hoofdredacteur Leo Hauben is dat noodzakelijk in een tijd dat kijkers en luisteraars worden overvloedig met informatie. De omroep werkte ook in 2016 aan een verdere versterking van zijn band met de regio. Door de verbeterde technische mogelijkheden was het mogelijk meer evenementen live te verslaan. En met Tour de L1mbourg maakte L1 TV een nieuw succesvol programma rond de Tour de France.*

### L1 HOUDT HET BEREIK GOED OP PEIL. HOE?

'Om publiek te trekken, heb je drie P's nodig: productie, programma's en promotie. De laatste wordt steeds belangrijker. Goede programma's maken we al jaren, maar het is in het tegenwoordige oerwoud van informatiekanaalen cruciaal je publiek daarvan op de hoogte te brengen. Je wilt de juiste mensen op het juiste moment via het juiste kanaal in de juiste proporties bedienen. In 2016 hebben we sterker ingezet op programma promotie, vooral via de sociale media.'

### NIEUW IN 2016.

'Bij de radio waren er geen nieuwe programma's. Nieuw op tv was Tour de L1mbourg. L1 trok drie weken door de provincie met een dagelijkse talkshow rond de Tour de France. We zitten dicht op de huid van de regio en doen veel aan wielrennen, een belangrijk interessegebied van ons publiek en daarmee speerpunt van L1. We gaan er in 2017 mee verder. Nieuw was ook het maandelijkse programma Blaaskracht over Limburgse fanfares en harmonieën. Gemaakt met extra geld van Stichting Omroep Limburg, waarbij we ook samenwerken met de Limburgse Bond van Muziekgezelschappen. Een mooie reeks over een belangrijk Limburgs fenomeen, met verhalen over het verenigingsleven, jong talent, concerten en projecten op scholen.'

## **CONTINUEREN.**

We maakten voor het tweede opeenvolgende jaar Cultura Nova TV, met een week lang uitzendingen rond dit culturele festival. Daarnaast telden we opnieuw zo'n dertig documentaires in Limburg Doc. Het is onze vorm van duurzaam werken. We leggen verhalen vast uit de Limburgse geschiedenis en maatschappelijke ontwikkelingen. Duiding, Diepgang en Debat – onze drie D's – maken we op die manier waar. Tot slot bleven we nauw samenwerken met de vele Limburgse filminiatiieven.'

## **LIVE VERSLAGEN.**

'Door de verbeterde technische mogelijkheden kan L1 makkelijker evenementen live verslaan. We deden dat onder meer bij de opening van de A2-tunnel in Maastricht. Volgende stap is live uitzenden op sociale media. Zo kun je bij steeds meer activiteiten aanwezig zijn.'

## **NAAR 2017.**

'De nieuwe structuur moet de regionale identiteit en inhoudelijke autonomie van L1 waarborgen. Wij blijven volledig zelfstandig programma's maken. Wel zoeken we naar mogelijkheden van kennisdeling met Omroep Brabant, ook redactioneel. Dat kan de kwaliteit van onze regionale journalistiek alleen maar ten goede komen.'

### **IN VOGELVLUCHT**

- Live verslag nachtelijke opening A2-tunnel in Maastricht.
- NL Award voor innovatieve verslaggeving Nacht van Gulpen met telefooncamera's.
- Gouden NL Award, met Omroep West en Omroep Brabant, voor documentaire 'De Benno Tapes.'
- Introductie Tour de Limbourg.
- Bereik via alle platforms samen gestegen.
- Samen met CineSud wedstrijd uitgeschreven voor jonge documentairemakers.

## GOEDE SAMENWERKING RAAD EN REDACTIE

**L1 speelt goed in op ontwikkelingen in recreatie en toerisme in Limburg. De redactie pikt signalen uit de Stichtingsraad snel op.**

Via mijn contacten in het veld van recreatie en toerisme vang ik snel signalen op over nieuwe ontwikkelingen. Ik breng ze in de Stichtingsraad aan de orde, waarna de redactie er in het algemeen snel op inspeelt. Een voorbeeld is dat de sector in Limburg zich meer gaat focussen op toeristen uit China. L1 pikt dat op, door aandacht te besteden aan Limburgse activiteiten in China en Chinese bezoeken aan Limburg. Na een arenabijeenkomst in het openluchttheater van Valkenburg weten vertegenwoordigers uit de sector

en de redactie van L1 elkaar goed te vinden. Informatie en ideeën worden sneller uitgewisseld. De samenwerking tussen de sector, de Stichtingsraad en L1 verloopt dan ook uitstekend. Voor het behoud van de Limburgse identiteit is het goed dat de landelijke samenwerking is afgeketst. L1 zou wel wat meer programma's in dialect mogen brengen.

**JO BERTHOLET**

*stroming recreatie en toerisme*



# 1LIMBURG

*1Limburg, de gezamenlijke nieuwssite en -app van L1 en Media Groep Limburg (MGL), heeft haar bestaansrecht bewezen. Het aantal sessies per maand steeg eind 2016 tot boven tien miljoen. Volgens manager Rob van Well van 1Limburg wordt met name de app veel gebruikt als snelle en eerste nieuwsbron. Ook het aantal verwijzingen naar het nieuwsplatform door nationale media nam toe.*

## VERSCHILLEN.

‘De app, die door 140.000 mensen actief wordt gebruikt, heeft een ouder publiek. Zij raadpleegt 1Limburg gemiddeld om de twee dagen en blijft zo’n drie minuten hangen. De website wordt vooral door jongeren bezocht. Ze komen er twee à drie keer per maand, vaak na een teaser op Facebook of Twitter, en blijven kort hangen. De sociale media zijn belangrijk voor ons. Daarom zijn we blij met de groei van het aantal fans op Facebook van 75.000 in januari naar 115.000 in december.’

## VERLOOP VAN HET GEBRUIK.

‘Het aantal sessies per maand lag in januari rond 8,5 miljoen. Dat bleef daarna lange tijd zo, maar vanaf november kwam er weer groei. In de donkere dagen gebruiken veel mensen de app om te zien of ze zonder sneeuw of ijzel veilig naar hun werk kunnen. Het gebruik blijft daarna hoger dan voorheen. Elke piek levert nieuwe gebruikers op.’

## FESTIVALRUBRIEK.

‘In mei 2016 hebben we als experiment redactionele aandacht besteed aan het dancefestival Groove Garden in Sittard. Dat had zoveel succes dat we aan 1Limburg een festivalrubriek hebben toegevoegd. Daarmee trekken we een nieuw en jong publiek.’



## DOORONTWIKKELING.

‘Het fundament van 1Limburg is in 2016 steviger geworden. Het platform werd stabiel en aan het eind van het jaar zijn de mogelijkheden voor adverteerders verbeterd. Intussen is het jonge redactieteam blijven werken aan zo’n dertig tot vijftig nieuwsberichten per dag. Het team heeft onder moeilijke omstandigheden een fantastische prestatie neergezet.’

## WAAROM MOEILIJK?

‘MGL heeft geworsteld met haar deelname in 1Limburg. Eind 2016 werd bekend dat het bedrijf verder wil met een eigen nieuwsplatform. Komend jaar gaan we daarom inhoud geven aan een zelfstandige toekomst van 1Limburg bij L1. We nemen de regie weer in eigen handen. Dat geeft nieuwe mogelijkheden die er in de samenwerking met MGL minder waren. Zo is de behoefte aan meer duiding en achtergrond op 1Limburg nu beter te realiseren. Voor de redactie is dat een kans zich verder te ontwikkelen.’

## VERDERE PLANNEN VOOR 2017.

‘In 2017 worden we actiever op Instagram. Daarnaast onderzoeken we de directe plaatsing van artikelen op Facebook. Voor veel twintigers en dertigers is dit de voornaamste nieuwsbron. We ontkomen er niet aan daar goed op in te spelen.’



## IN VOGELVLUCHT

- Aantal maandelijkse sessies fors gegroeid.
- Aantal volgers Facebook en actieve gebruikers app gestegen.
- Aankondiging einde samenwerking door MGL.
- Overlijden trombonist André Rieu meest gelezen bericht.
- Beelden dashcam kantelende bestelbus op A2 best bekeken video.
- Nieuwe festivalrubriek op 1Limburg trekt nieuw jong publiek.
- Rapportcijfer 7,6 in imago-onderzoek, wel behoefte aan meer duiding en achtergrond.

# BEREIK

Het bereik online via de verschillende platforms van L1 steeg in 2016 opnieuw fors. Het dagbereik van L1 TV daalde iets, maar is wel een van de hoogste van alle regionale publieke omroepen in Nederland. Het marktaandeel van L1 Radio steeg.

De cijfers stemmen hoofdredacteur Leo Hauben tevreden. 'Het totaalbereik van onze platforms is nog nooit zo hoog geweest als nu. Volgens een onderzoek van Motivaction bereikten wij voorjaar 2016 in een maand 87% van de Limburgers, tegen 83% een jaar eerder. Bij L1 TV hadden wij het hoogste gemiddelde dagbereik van alle regionale publieke omroepen. Verder blijkt dat L1 een grote naamsbekendheid heeft, 98% van de inwoners van Limburg kent ons. Dat zijn goede cijfers in een tijd dat het publiek toegang heeft tot een groot aantal informatiekkanalen.'



## L1 TXT

1/3 van de kijkers gebruikt dagelijks L1 TXT



## L1 ONLINE WEB & APP

	2016	2015
<b>Bezoeken per maand</b>	1.353.930	920.425



## 1LIMBURG WEB & APP

	2016	2015
<b>Bezoeken per maand</b>	10.286.842	7.514.233



## SOCIAL MEDIA

### TOTAAL AANTAL VOLGERS L1 SOCIAL MEDIA

	2016	2015
Facebook L1	54.000	28.553
Facebook L11 Alaaf	27.000	10.117
Twitter @L1	80.356	53.647
Instagram	11.100	4.956

### TOTAAL AANTAL VOLGERS 1LIMBURG SOCIAL MEDIA

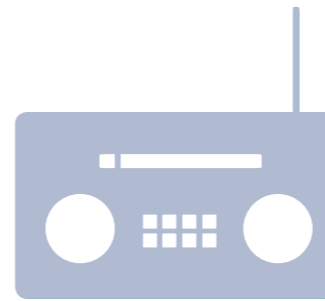
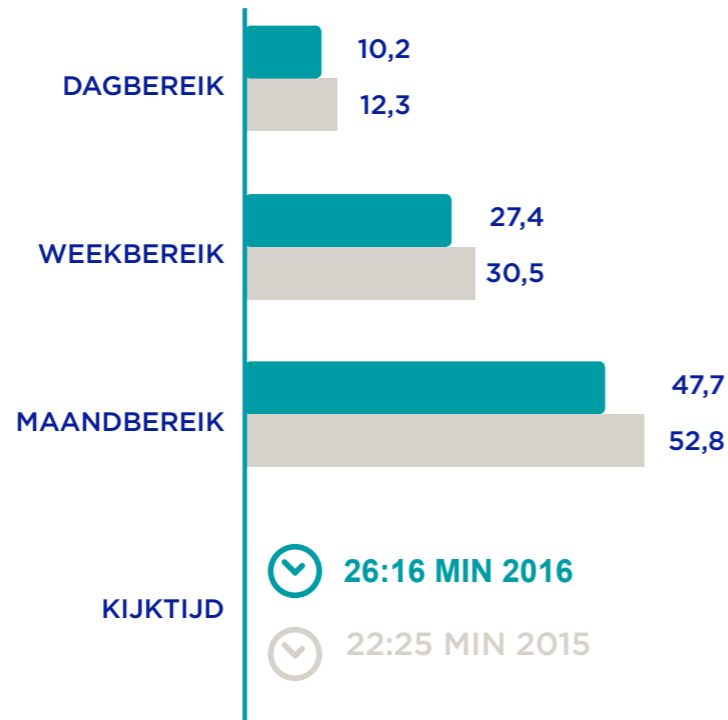
	2016	2015
Facebook 1Limburg	115.000	74.813
Twitter @1Limburg	14.505	11.551
Instagram	7.241	1.383



### L1 TV

Bron: SKO/GfK

- 2016 (%)
- 2015 (%)



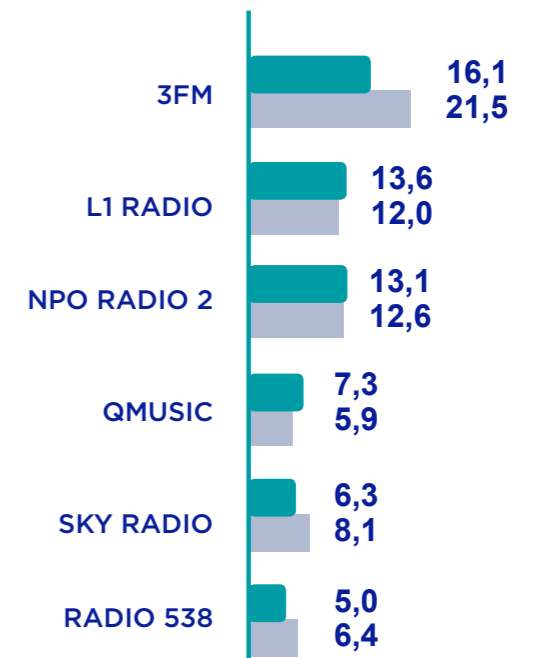
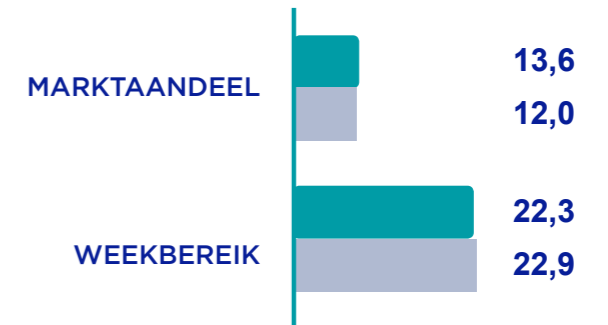
### L1 RADIO

Bron: NLO/GfK

- 2016 (%)
- 2015 (%)

### MARKTAANDEEL RADIOZENDERS IN LIMBURG

- 2016 (%)
- 2015 (%)



## IETS MEER KLEUR BEKENNEN

**Onafhankelijke journalistiek door publieke omroepen wordt belangrijker. L1 pakt dit goed op, maar mag wel wat meer kleur bekennen.**

‘Nu gemeenten steeds meer taken krijgen, neemt het belang van L1 als onafhankelijke waakhond toe. De drie D’s van Duiding, Diepgang en Debat spelen daarin een grote rol, maar ik voeg er de D van Delen aan toe. L1 slaagt er goed in regionaal belangrijke onderwerpen op een onafhankelijke manier aan de orde te stellen. Dat versterkt de regionale identiteit. Op het gebied van kunst en cultuur ben ik blij met de documentaires in Limburg Doc. Ga zo door, maar blijf ook aandacht besteden aan onderwerpen die in Limburg traditioneel een minder sterke lobby hebben, zoals

literatuur. Eén op de acht Limburgers heeft moeite met lezen. L1 kan een actievere rol spelen om dit te verbeteren. Kleur bekennen kan ook door meer ruimte te bieden aan vrouwen. Er staat een groep getalenteerde vrouwen te trappelen om bij of via L1 zichtbaarder te worden in de Limburgse samenleving. Maak daar gebruik van.’

### GABRIELE GELLINGS

*vice-voorzitter Stichtingsraad stroming kunst en cultuur*





## PROJECTEN ONLINE, TV EN RADIO

*In onze programmering gaan we uit van vier primaire interessegebieden: regionaal nieuws, cultuur, sport en carnaval. Het publiek vindt op al onze kanalen informatie hierover. Op de volgende pagina's een overzicht van de belangrijkste projecten, naast de reguliere programmering.*



## REGIONAAL NIEUWS

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

### MKB LIMBURG PRIJS

19 april  
Kasteel Vaeshartelt  
Maastricht  
live tv

### L1 SAMEN VOOR DE VOEDSELBANK

15 december  
Livetime Café Maastricht  
live radio | live tv | online

### LIMBURG HELPT: GEEF OM ALZHEIMER

21 september  
ECI Cultuurfabriek  
Roermond  
live radio | live tv | online

### OPENING A2-TUNNEL MAASTRICHT

15 december  
A2 Maastricht  
live tv

### UITREIKING LIMBURG EXPORT AWARD

19 oktober  
Bruynzeel Storage  
Systems Panningen  
live tv

### BLIK OP 2016

20 december  
Brightlands Chemelot  
Campus Geleen  
tv-programma

### CONFERENTIE 25-JARIG JUBILEUM VERDRAG VAN MAASTRICHT

9 december  
MECC Maastricht  
live tv



## 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.

### LIMBO TOP 100

5 mei  
Livetime Café Maastricht  
[live radio](#) | [online](#)

### MAMA'S PRIDE

7 - 8 mei  
Burgemeester Damenpark  
Geleen  
[live radio](#)

### KERMIS GELEEN

20 mei  
Centrum Geleen  
[live radio](#)

### FUNPOP

28 mei  
Kasteelpark Ter Horst  
in Horst  
[live tv](#)

### PINKPOP

10 - 12 juni  
Megaland Landgraaf  
[live radio](#) | [online via 1Limburg](#)

### OUD LIMBURGS SCHUTTERSFEEST (OLS)

29 juni - 10 juli  
Maasmechelen  
[live radio](#) | [live tv](#) | [online](#)

### OPENING ORGELFESTIVAL

15 juli  
St. Lambertuskerk  
Kerkrade  
[live radio](#)

### WORLDFESTIVAL PARADE BRUNSSUM

17 juli  
Centrum Brunssum  
[live tv](#)

### TIEËKZINGE KIRCHROA

24 juli  
Abdij Rolduc Kerkrade  
[tv-programma's](#)

### ROZENFESTIVAL LOTTUM

13 augustus  
Centrum Lottum  
[live radio](#) | [live tv](#)

### 26 JAAR CULTURA NOVA

26 augustus - 2 september  
Centrum Heerlen  
[live radio](#) | [live tv](#) | [online](#)

### FESTIVAL DVERS

1 oktober  
Markt Sittard  
[live radio](#)

### NEDERLANDSE DANSDAGEN

8 oktober  
Theater aan het Vrijthof  
Maastricht  
[live tv](#)

### CONCERTCONCOURSEN LBM

23 en 30 oktober  
TheaterHotel de Oranjerie  
Roermond  
[live radio](#) | [tv-programma's](#)

### OKTOBERFEESTEN SITTARD

21 - 26 oktober  
Centrum Sittard  
[live radio](#) | [live tv](#) | [online](#)

### CULTUURPRIJS PARKSTAD

10 december  
Pancratiusplein Heerlen  
[live tv](#)

## SPORT

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



### VENLOOP

20 maart  
Centrum Venlo  
live tv

### VOLTA LIMBURG CLASSIC

2 april  
Dwars door Mergelland  
live tv | live radio

### AMSTEL GOLD RACE

17 april  
Markt Maastricht  
live radio | live tv bij start

### HAGO LIMBURGSE MOOISTE

21 mei  
Centrum Heerlen  
live tv | online

### FAMILIE RACEDAGEN MET MAX VERSTAPPEN

4 - 5 juni  
Circuit Park Zandvoort  
tv-programma

### TOUR DE LIMBOURG

2 - 24 juli  
Verschillende locaties in  
Limburg  
live radio | live tv | online

### VIERDAAGSE NIJMEGEN

19 - 22 juli  
Nijmegen en omgeving  
live radio

### ENECO TOUR

19 - 25 september  
Limburg en Belgische  
grensstreek  
live tv

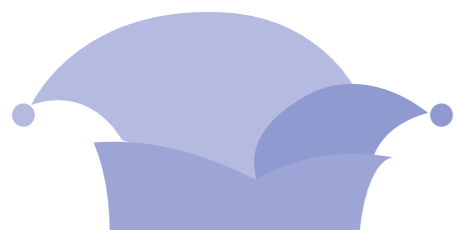
### JUMPING INDOOR MAASTRICHT

11 - 13 november  
MECC Maastricht  
live tv

### PROVINCIALE SPORTPRIJS LIMBURG

19 december  
Schouwburg de Domeinen  
Sittard-Geleen  
live tv

## PROGRAMMERING



### CARNAVAL

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

#### HALVE FINALE

#### LIMBURGS VASTELAOVESLEEDJES KONKOER (LVK)

2, 8, 15 januari

Livetime Café Maastricht

live radio | live tv | online

#### GROOT LIMBURGSE BUUTTEKAMPIOENSCHAPPEN

8 januari

TheaterHotel de Oranjerie Roermond

live radio | tv-programma | online

#### BEKENDMAKING FINALISTEN

#### LIMBURGS VASTELAOVESLEEDJES KONKOER (LVK)

17 januari

Bekendmaking op locaties

live radio | online

#### FINALE LIMBURGS

#### VASTELAOVESLEEDJES KONKOER (LVK)

22 januari

Evenementenhal Venray

live radio | live tv | online

#### TOP 1111

30 januari – 6 februari

L1 studio Maastricht

live radio | live tv | online

#### KÈNJEROPTOCH ZITTERD

31 januari

Markt Sittard

live tv | online

#### BRAND BEER

#### BOÈTEGEWOEËNE

#### BOÈTEZITTING

6 februari

Zoepkoel (Oude Markt)

Venlo

live radio | live tv | online

#### GROTE OPTOCHT

#### HEERLEN

7 februari

Pancratiusplein Heerlen

live tv

#### LEECHSJTOET BAEK

7 februari

Markt Beek

live tv | online

#### JROEËSE TSJÓG

8 februari

Markt Kerkrade

live tv

#### GROEËTE GULPENER VASTELAOVES FINALE

9 februari

Centrum Gulpen

semi-live tv | online

#### EINZELGÄNGER

#### OPTOCHT

6 maart

Centrum Rimborg

live tv

#### DE11EVANDE11E

11 november

Vrijthof Maastricht

live radio | live tv | online

## SAMENWERKINGSPARTNERS

Veel projecten komen tot stand dankzij een goede samenwerking met partners. In 2016 werkten wij (alfabetische volgorde) samen met onder andere:



- Amati Ensemble
- Amstel
- Arcus College Heerlen
- AVROTROS
- Blues Peer
- Brand
- Conservatorium Maastricht
- De Wespele
- ECI Cultuurfabriek
- Europe Calling
- Export Sociëteit Limburg
- Gemeente Beek
- Gemeente Beesel
- Gemeente Echt-Susteren
- Gemeente Eijsden-Margraten
- Gemeente Gennep
- Gemeente Heerlen
- Gemeente Kerkrade
- Gemeente Landgraaf
- Gemeente Maastricht
- Gemeente Nuth
- Gemeente Simpelveld
- Gemeente Stein
- Gemeente Sittard-Geleen
- Gemeente Vaals
- Gemeente Valkenburg aan de Geul
- Gemeente Venlo
- Gemeente Venray
- Gemeente Voerendaal
- Gemeente Weert
- Gulpener
- Hago
- Health Foundation Limburg
- Huis voor de Kunsten
- Huis voor de Sport Limburg
- Kirchröatsjer Vasteloavends Verain
- KNMO
- Limburgs Museum
- Limburgse Bond van Muziekgezelschappen
- Limburgse Vereniging Karnavals Artiesten
- Maasmechelen
- Maastricht UMC+
- Medammecour
- Media Groep Limburg
- MKB-Limburg
- Museum De Domijnen
- NOS evenementen
- NOS Studio Sport
- OLS Federatie
- Omroep Brabant
- Omroep MAX
- Omroep Venlo
- Optoch Kommitee Zitterd
- Parkstad Limburg Theaters
- philharmonie zuidnederland
- Provincie Limburg
- Raod veur 't Limburgs
- RTV Maastricht
- Sinesud
- Sjeng Kraft Kompenei
- Stichting Amstel Gold Race
- Stichting Cultura Nova
- Stichting Funpop
- Stichting Grand Ballon
- Stichting Limburg AlAaf
- Stichting KVL
- Stichting LVK
- Stichting Nederlandse Dansdagen
- Buro Pinkpop
- Sjtadsvastelaovesvereniging De Marotte Zitterd
- Stichting Stadscomité B.B.Z
- Stichting Topsport Limburg
- Streektaalfunctionaris
- Theater aan het Vrijthof
- Theater De Maaspoort
- TheaterHotel De Oranjerie
- Universiteit Maastricht
- Veldeke Limburg
- Voedselbanken Limburg
- Volta Limburg
- VRT
- Heëlesje Vastelaovesvereniging De Winkbülle

# L1 RECLAME

*De omzet van L1 Reclame was in 2016, inclusief de landelijke omzet, een fractie lager dan in 2015, maar hoger dan verwacht. De daling was minder sterk dan bij andere regionale publieke omroepen. Volgens interim commercieel manager Emiel van der Wal moet L1 nog alerter inspelen op de veranderingen in het advertentielandschap. Dat gebeurt onder meer door de accountmanagers verder te specialiseren tot media-adviseurs voor adverteerders.*

## TEVREDEN OVER DE RECLAMEOMZET?

‘Ja, bijzonder tevreden. De omzet van L1 TV was iets hoger dan verwacht. L1 Radio bleef ongeveer gelijk en online bleef iets achter. Alles bij elkaar is de doelstelling uit de begroting niet helemaal gehaald. Maar we presteerden beter dan andere regionale publieke omroepen in Nederland. Gezien de veranderingen in de markt is dat positief.’

## WAT ZIJN DIE VERANDERINGEN?

‘Ook in Limburg wordt er steeds minder lineair televisie gekeken. Jongere doelgroepen informeren zich via andere kanalen, van Facebook tot Uitzending Gemist en Netflix. Met 1Limburg heeft L1 een platform dat tegemoet komt aan wat jongere doelgroepen wensen. Maar ook daar komen ze regelmatig via bijvoorbeeld Facebook binnen. We moeten daarom goed kijken op welk kanaal wij op welke manier het best welke advertentieruimte kunnen wegzetten. De verdienmodellen zijn anders dan vroeger. Soms verkoop je advertentieruimte vrijwel automatisch via veilingen, soms kun je nog steeds rechtstreeks met adverteerders zaken doen. Zoals bij 1Limburg, waar we met tien miljoen bezoekers per maand een hoog bereik hebben. Dat is nog steeds een kanaal voor premium advertising.’

## MEDIA-ADVISEURS.

‘Het verkopen van advertentieruimte en -zendtijd wordt met de genoemde veranderingen steeds specialistischer. Daarom ontwikkelen onze accountmanagers zich tot media-adviseurs voor de klant. L1 biedt aan adverteerders nog steeds een groot bereik met meerdere kanalen. Daarnaast bieden wij advies bij het formuleren van de doelen en boodschap van het advertentiebeleid, maken van uitingen en kiezen van de juiste kanalen om een maximaal bereik te krijgen. Zo ontzorgen wij klanten.’

### LIVE REGISTRATIES.

'L1 besteedt meer aandacht aan de live registratie van evenementen en festivals. Dat biedt nieuwe commerciële mogelijkheden. Evenementen lenen zich uitstekend voor een multimediale aanpak en we laten er mee zien midden in de Limburgse samenleving te staan. Hoe sterker onze regionale identiteit, hoe aantrekkelijker we blijven voor regionale adverteerders.'

### ANDERE ONTWIKKELINGEN IN 2016.

'We zijn begonnen met het tv-format 'Thuis, van dromen naar wonen', een samenwerking van NVM Limburg, SNS Banken en Funda. Een klein programmaatje binnen een reclameblok over wat er op je af komt bij een verhuizing. Het is vergelijkbaar met een advertorial in een dagblad. Daarnaast zijn we gaan nadenken over hoe we kunnen inspelen op city branding. We zien vooral kansen over de grens. De Limburger weet vaak niet wat er gebeurt in steden als Genk, Hasselt en Aken. Als we daar meer aandacht aan besteden, wordt L1 interessanter voor nieuwe adverteerders. Zo blijven we in een steeds dynamischere omgeving ook zelf in beweging.'

### IN VOGELVLUCHT

- Totale omzet iets onder begroting.
- Aantal leden netwerk L1 Business stabiel.
- Focus L1 Business blijft liggen bij eigen activiteiten.
- Start 'Thuis, van dromen naar wonen' als nieuw format in reclamezendtijd.
- Zoeken naar commerciële mogelijkheden bij de registratie van evenementen.
- Nadenken over aansluiten op city branding over de grens.



## PLURIFORMITEIT BEWAKEN MET DE DRIE D'S

**L1 dient tegemoet te komen aan de pluriformiteit in de Limburgse samenleving. Duiding, Diepgang en Debat dragen daar aan bij.**

De laatste jaren trekken veel mensen zich in hun schulp terug en nemen alleen nog kennis van wat in hun straatje past. Voor de samenleving is het essentieel dat zij ook in aanraking komen met, en inzicht krijgen in, wat anders en

ontwikkeling van mensen. Signalen hierover uit de Stichtingsraad worden door de redactie van L1 goed opgepakt. Men staat open voor veranderingen en het belang om de betrokkenheid van individuele redacteuren bij de maatschappij te vergroten. Programma's als Limburg Doc op tv en De Stemming op radio bieden ruimte voor pluriformiteit. Wat mij betreft krijgen ze een groter aandeel, ook al leidt dat niet per se tot hogere kijkcijfers.

### ANDRÉ COLARIS

*stroming onderwijs en educatie*



nieuw is. Het is de taak van publieke omroepen zoals L1 om deze pluriformiteit in de programmering tot uiting te brengen. De drie D's van Duiding, Diepgang en Debat kunnen daarvoor zorgen en dragen bij aan een bredere

## MEDIAFACILITEITEN

*L1 heeft op technisch gebied in 2016 een aantal noodzakelijke investeringen gedaan. De uitzendinfrastructuur was dringend aan vervanging toe. Ook schafte L1 camjo camera's aan. De gezamenlijke inkoopactie met de andere regionale publieke omroepen leidde tot een aanzienlijke kostenbesparing. Er kwam een nieuwe L1-website en de catering werd opnieuw aanbesteed. Het afket-  
sen van de landelijke reorganisatie van de regionale publieke omroepen betekent dat de centralisering van mediafaciliteiten niet doorgaat. Volgens interim-manager Mediafaciliteiten Bert Lemmens biedt dit L1 meer mogelijkheden eigen programma's te blijven maken.*

### INVESTERINGEN.

'In 2015 waren de investeringen on hold gezet, maar dat was in 2016 niet meer houdbaar. Puur uit noodzaak, om de continuïteit van de uitzendingen te waarborgen, heeft L1 enkele investeringen moeten doen. De uitzendinfrastructuur voor tv was elf jaar oud en is vervangen. Met de nieuwe bekabeling en router zijn we beter voorbereid op de overgang naar hd-televisie. Daarnaast zijn er zes studiocamera's aangeschaft die eveneens geschikt zijn voor hd-televisie. Samen met de andere regionale publieke omroepen hebben we een gezamenlijke inkoop gedaan van honderd camjo camera's. L1 heeft er acht afgenomen, waarvan één voor Omroep Venlo. Door de samenwerking is een kostenbesparing bereikt van zeker 25%. Ook de camera's zelf leiden tot een efficiëntere inzet van het personeel. Journalisten kunnen op reportage makkelijk zelf beelden schieten. In een aantal gevallen kunnen ze daardoor sneller op de actualiteit inspelen.'

### STOPZETTEN LANDELIJKE REORGANISATIE.

‘De reorganisatie van de regionale publieke omroepen zou hebben geleid tot een centralisering van technische faciliteiten. In de eerste helft van 2016 hebben we de business case daarvoor sluitend gemaakt, maar centralisering heeft risico’s. Het lukt alleen bij vergaande standaardisering. Dat kan er toe leiden dat je op technisch gebied mogelijkheden verliest die je eerst wel had. En er is het risico dat je vastzit aan één leverancier. Nu L1 zelfstandig blijft, kunnen we beter onze eigen koers blijven varen en de programma’s maken die we willen maken. Dat is goed voor de kwaliteit en impact van onze regionale journalistiek.’

### ANDERE TECHNISCHE ONTWIKKELINGEN IN 2016.

‘We zijn begonnen met kijkradio tussen 7 uur ’s ochtends en 1 uur ’s middags. De presentator kan zelf de camera’s bedienen. Het was een experiment dat succesvol is gebleken. Kijkradio biedt bijvoorbeeld bij calamiteiten de kans snel op tv beelden uit te zenden. In 2017 gaan we de mogelijkheden uitbreiden. Eind 2016 ging verder de nieuwe website van L1 in de lucht. Met de komst van 1Limburg werd de site minder bezocht, maar bezoekers bleven wel langer hangen. We hebben de site daarop aangepast.’

### NAAR 2017.

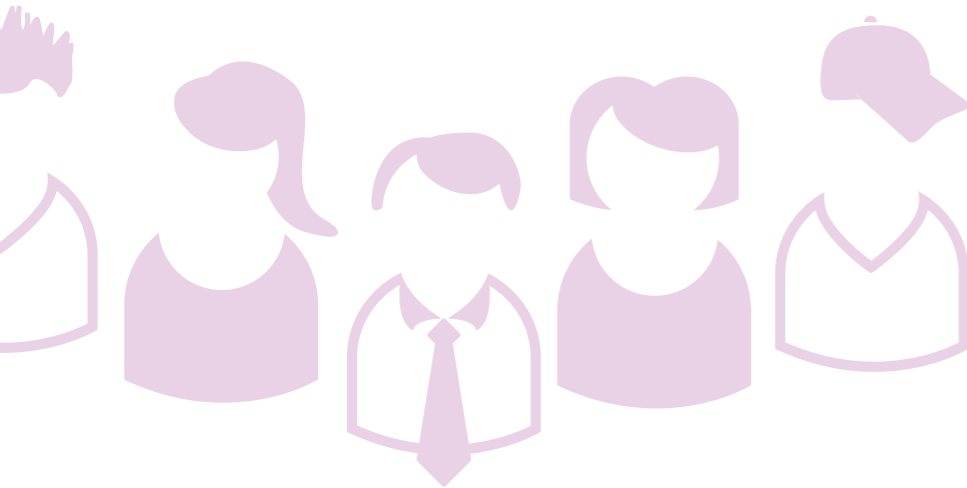
‘In de samenwerking met Omroep Brabant zoeken we nadrukkelijk ook naar de kansen op facilitair gebied. En na het goede voorbeeld van de aanschaf van de camjo camera’s blijven we ook landelijk zoeken naar mogelijkheden voor samenwerking en kostenbesparing.’

### IN VOGELVLUCHT

- Vervanging zes studiocamera’s.
- Aanschaf acht camjo camera’s, waarvan één voor Omroep Venlo.
- Besluit om de redactie in Venlo te verhuizen naar een ruimte bij Omroep Venlo en de samenwerking daarmee uit te breiden.
- Besluit om reportagewagen en dj-set op locatie te vernieuwen.
- Aanbesteding catering leidt tot besparingen.
- Overeenkomst in ROOS-verband met KPN om tv-signaal in hd uit te zenden.
- Nieuwe website L1 en hybride L1-app.
- Functionaliteiten 1Limburg verder verbeterd.

## DE MENSEN VAN L1

*Ruim 90 medewerkers in vaste dienst en een gelijk aantal freelancers die op enige wijze aan L1 verbonden zijn. Ze werken aan de inhoud van programma's, de mobiele platforms, het werven van adverteerders en de (technische) facilitering van de organisatie. Het personeelsverloop en ziekteverzuim waren in 2016 hoger dan in vorige jaren, maar relatief nog steeds ver onder het landelijk gemiddelde. L1 opende in november een vrijwillige vertrekregeling. Volgens HR manager Fabiënne Rousch vergroot deze de kans dat de bezuinigingen en samenwerking met Omroep Brabant niet tot gedwongen ontslagen hoeven te leiden.*



### VERVOLG WERKBELEVINGSONDERZOEK 2015.

'In dit onderzoek werd geconstateerd dat er bij L1 op het gebied van communicatie en samenwerking nog wat verbeterd kon worden. We hebben daarvoor in 2016 een traject doorlopen met twee externe begeleiders. Door middel van onder meer individuele coaching en sessies op de hei is er meer duidelijkheid gekomen over de rollen, structuur en verantwoordelijkheden binnen de organisatie. Het traject is begin februari 2017 afgerond en heeft zeker geleid tot een betere samenwerking en communicatie.'

### OPLEIDINGEN.

'Medewerkers moeten zich nog steeds voorbereiden op een nieuwe toekomst, ook al ziet die er met de komende samenwerking met Omroep Brabant nu anders uit. L1 heeft daarom in 2016 veel aandacht besteed aan opleidingen. Twee cameramensen hebben een cursus camjo gevolgd. Meestal is het de journalist die met zo'n camera op pad gaat en ook beelden schiet. In de cursus gebeurt het omgekeerde: cameramensen leren een reportage te maken of interview te doen. In 2017 willen we hieraan een vervolg geven. Verder hebben onder meer de medewerkers van de afdeling marketing een opleiding online marketing gevolgd.'

## ONZEKERHEID ONDER HET PERSONEEL.

‘Die is bij veel medewerkers toch kleiner dan in vorige jaren. De landelijke samenwerking was nogal een ver-van-mijn-bed-show. L1 kan nu weer zelf de regie in handen nemen. Toch leidt ook de samenwerking met Omroep Brabant tot een gepaste onzekerheid.’

## HOE SPEELT L1 DAAROP IN?

‘In november 2016 hebben we een vrijwillige vertrekregeling opengesteld, als antwoord op de bezuinigingen en mogelijke personele gevolgen van de samenwerking met Omroep Brabant. Deze wordt in 2017 uitgevoerd. Er is genoeg animo voor.’

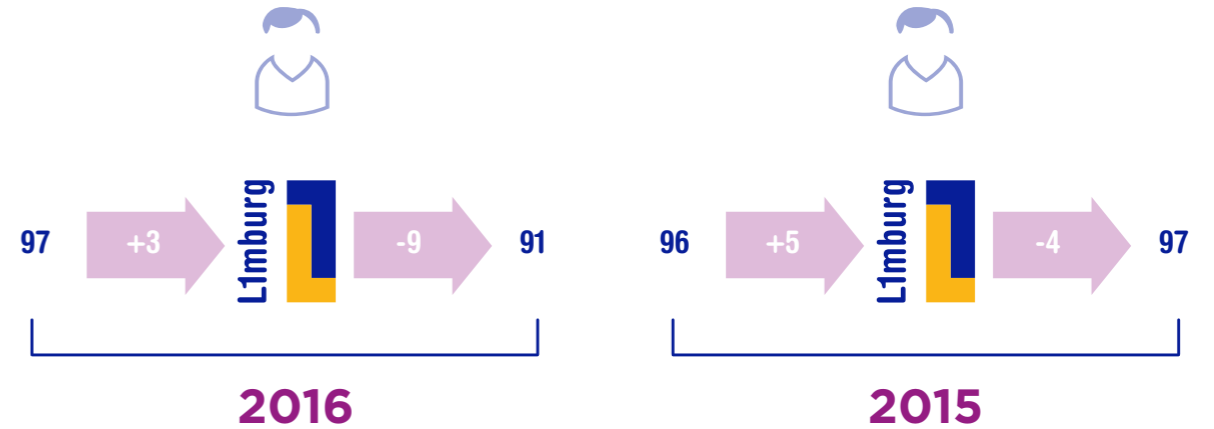
## GEVOLGEN WET DEREGULERING BEOORDELING ARBEIDSRELATIE (DBA).

‘Daarover wordt gesproken in de stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking (ROOS). Alle regionale publieke omroepen, ook L1, werken met veel freelancers. De problematiek is dus overal hetzelfde. In 2016 is gewerkt aan een modelovereenkomst. ROOS heeft deze voorgelegd aan de belastingdienst. In 2017 hopen we de complexe materie op een voor iedereen bevredigende manier op te lossen.’

## IN VOGELVLUCHT

- Waarderingsprijs van Stichting De Natuurgids voor radiopresentator Ger Houben.
- Medewerker Omroep Zeeland draait drie maanden twee dagen per week mee op de L1-redactie.
- Vervolgtraject werkbelevingsonderzoek.
- Vier medewerkers 25 jaar in dienst, drie medewerkers 12½ jaar.
- Ziekteverzuim 2,71%, personeelsverloop 6 medewerkers.
- Project Slimmer Werken in het kader van Maastricht Bereikbaar gecontinueerd.
- ROOS werkt aan een modelovereenkomst in het kader van Wet DBA.
- 1 werkervaringsplaats en 17 stagiaires bij L1.

## MUTATIES PERSONEELSBESTAND



## ZIEKTEVERZUIMGEGEVENS

exclusief zwangerschapsverlof

### Verzuimpercentage

2016	2015
2,71%	2,12%

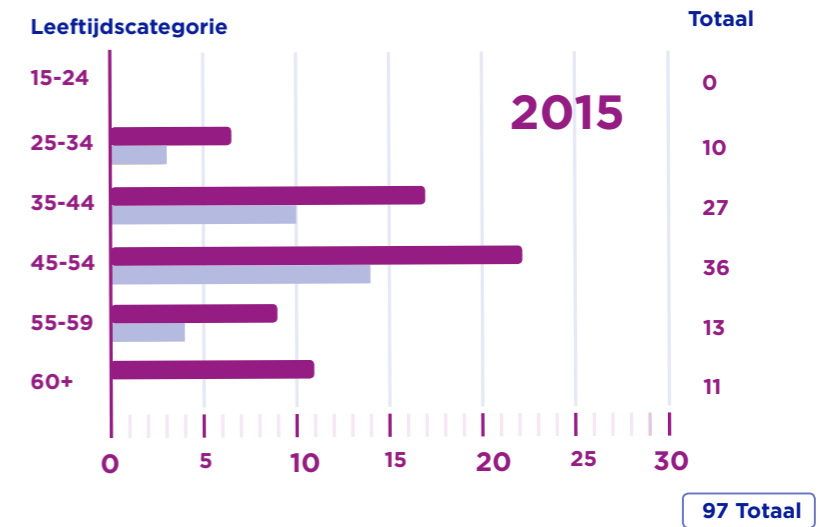
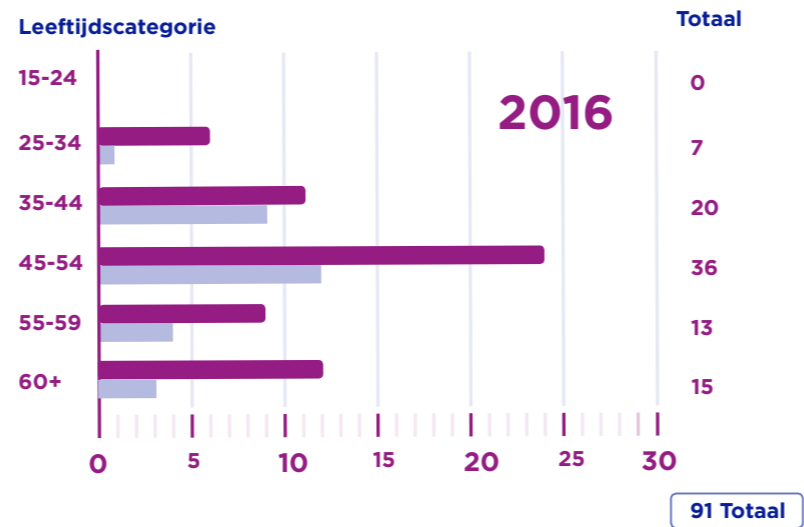
### Gemiddelde duur

in dagen	2016	2015
	8,8	13,13

### Meldingsfrequentie

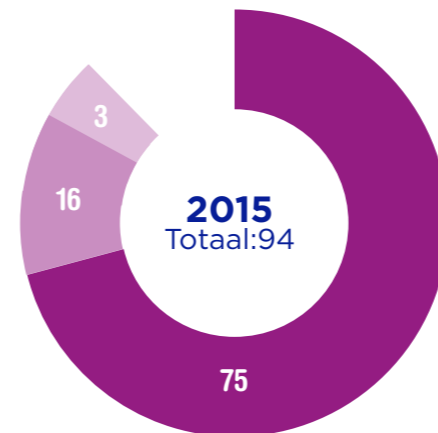
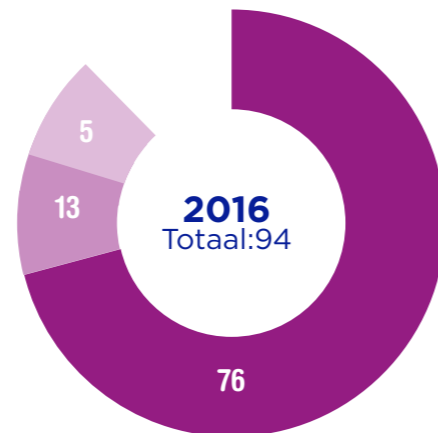
aantal meldingen gedeeld door totaal aantal medewerkers	2016	2015
	1,03	1,08

## OPBOUW PERSENEELSBESTAND



## ZIEKTEVERZUIM AANTALLEN

exclusief zwangerschapsverlof



- Kort verzuim: 1-7 dagen
- Middellang verzuim: 8-42 dagen
- Lang verzuim: 43-365 dagen
- Extra lang verzuim: > 365 dagen

## OUDEREN KOMEN VOLDOENDE AAN HUN TREKKEN

**L1 speelt goed in op de verschillende behoeften en interessegebieden van de groepen ouderen in de provincie.**

‘Dé oudere bestaat niet. Er zijn onder meer actieve jongere, vitale en minder valide ouderen. Hun behoeften zijn verschillend. Om twee extremen te nemen: jonge actieve ouderen zoeken zelf hun weg in de diverse kanalen van L1 en gebruiken bijvoorbeeld veelvuldig de app van L1mburg. De meer aan hun plaats gebonden ouderen hebben meer behoefte aan een regelmatig patroon met constant terugkerende radio- en tv-programma’s. Al deze groepen komen bij L1 voldoende aan hun trekken. Een maatschappelijk probleem voor ouderen zijn de zorgverlening en de ontwikkelingen daarin. De behoefte aan zorg of informatie

daarover is bij iedereen anders. Je kunt daar hooguit via persoonlijke gesprekken op inspelen. Maar zelfs dan voorzie je nog maar in een beperkte behoefte. Wel kan L1, voor zover passend in de programmering, hier met informatie vanuit gespecialiseerde instellingen aandacht aan besteden.’

**ANDRÉ TIMMERMANS**

*stroming ouderen*



# VERSLAG ONDERNEMINGSRAAD (OR)

## DE ONDERNEMINGSRAAD IN 2016.

De OR is na de verkiezingen op 1 januari 2016 in de nieuwe samenstelling van start gegaan met zeven leden:

- Edwin Maas (voorzitter)
- Jolanda van Kesteren (vicevoorzitter)
- Lody Trepels (secretaris)
- Rudi Ebbinge (lid)
- Marcel Ermers (lid)
- Jolien Linssen (lid)
- Bern Opdenacker (lid)

De voorzitter, vicevoorzitter en secretaris vormen het dagelijks bestuur.

De OR heeft in 2016 elf keer intern vergaderd en negen keer met de bestuurder. In het kader van de landelijke ROOS/RPO-plannen kwamen de ondernemingsraden van de dertien omroepen twee keer bij elkaar in Burgers Zoo in Arnhem. Daarnaast waren er meerdere overleggen tussen de voorzitters van de dertien ondernemingsraden. In december was er een gezamenlijk overleg met de OR van Omroep Brabant over de plannen voor samenwerking tussen L1 en Omroep Brabant.

## ACTIVITEITEN IN 2016.

De Wet op de Ondernemingsraden (WOR) geeft de ondernemingsraad een aantal rechten en plichten zoals, afhankelijk van het onderwerp, het adviesrecht (artikel 25) en het instemmingsrecht (artikel 27). In 2016 kreeg de ondernemingsraad van L1 tientallen zaken voorgelegd, sommige over interne onderwerpen binnen L1, andere over de landelijke ROOS/RPO-plannen en later de plannen voor samenwerking met Omroep Brabant.

Belangrijkste interne zaken waren het openstellen van de vrijwillige vertrekregeling in verband met de bezuinigingen, de sluiting van de redactie in Venlo, enkele technische investeringen en de bouw van de nieuwe L1 website. De landelijke ROOS/RPO-plannen leverden in 2016 geen concrete uitkomsten op, maar waren wel uitgebreid en veelvuldig onderwerp van gesprek.



## **FACILITEITEN VAN DE ONDERNEMINGSRAAD.**

Naast de toegestane faciliteiten volgens de wet heeft de OR met de bestuurder nadere afspraken gemaakt. Deze zijn op 1 januari 2016 vervat in een convenant met een looptijd tot 31 december 2018, als de zittingstermijn van de huidige ondernemingsraad afloopt. De wettelijke faciliteiten en het convenant vormen de basis voor de manier van werken van de OR. Hieronder enkele in het oog springende zaken.

- **URENBESTEDING**  
De OR-leden kunnen vier uur per week besteden aan OR-werkzaamheden, zoals het (voorbereiden van) vergaderingen, communicatiewerkzaamheden en raadplegen van de achterban. Het OR-werk wordt gezien als regulier werk. Volgens het convenant mogen de voorzitter en secretaris extra tijd besteden aan hun OR-werk. Zo wordt de secretaris tweeweekelijks een dag vrijgemaakt voor het secretariaatswerk.
- **TRAINING**  
De drie nieuwe OR-leden (Lody Trepels, Jolien Linssen en Bern Opdenacker) hebben begin 2016 een tweedaagse cursus gevolgd over de bevoegdheden en mogelijkheden van de OR.
- **COMMUNICATIE**  
De OR hecht veel waarde aan een goede communicatie, zowel met de eigen achterban als tussen de bedrijfsleiding en medewerkers.

- **NIEUWSBRIEF**  
In 2016 heeft de OR via intranet negen nieuwsbrieven gepubliceerd over de besproken onderwerpen, standpunten en uiteindelijke besluiten van de OR. De nieuwsbrieven zijn ook via e-mail verstuurd naar alle vaste medewerkers en freelancers.
- **BIJEENKOMSTEN**  
De ondernemingsraad heeft in 2016 een aantal sessies gehouden met de achterban. Tijdens een OR-borrel werden de zorgen over de landelijke reorganisatie geïnventariseerd. Tijdens een bijeenkomst naar aanleiding van de adviesaanvraag over de vrijwillige vertrekregeling inventariseerde de OR de vragen van medewerkers.
- **REDACTIERAAD**  
De OR heeft in 2016 vier keer vergaderd met de Redactieraad om elkaar bij te praten over actuele ontwikkelingen bij L1 en eventueel zaken op elkaar af te stemmen.

### **VOORUITBLIK**

2017 wordt opnieuw een druk jaar voor L1 en de OR. In deze periode moeten de plannen rondom de voorgenomen bestuurlijke fusie met Omroep Brabant verder vorm krijgen. De ondernemingsraad volgt deze ontwikkelingen met een open en kritische blik en werkt intensief samen met de OR van Omroep Brabant. Gezamenlijk wordt een adviseur ingehuurd om het proces te begeleiden. Daarnaast moet er in 2017 meer duidelijkheid komen over de omgang van L1 met de Wet DBA voor freelancers en de inbedding van L1mburg binnen de organisatie. Ook deze processen volgt de OR op de voet.

# EIGEN INITIATIEF ZORGT VOOR BETERE UITGANGSPOSITIE

*De RvC heeft ook in 2016 veel aandacht besteed aan de voorgenomen landelijke reorganisatie van de regionale publieke omroepen. Na de stopzetting hiervan is het volgens voorzitter Jan Simons van de RvC goed dat L1 en Omroep Brabant het initiatief hebben genomen te onderzoeken of en hoe samenwerking kan bijdragen aan de noodzakelijke bezuinigingen.*

## OPGELUCHT?

‘Daarvoor is het te vroeg. Het wetgevend traject is in 2016 niet afgerond. Afhankelijk van het nieuwe kabinet krijgt het mogelijk een vervolg. De RvC ondersteunt daarom het initiatief van L1 en Omroep Brabant tot een voorgenomen bestuurlijke fusie. Dat is beter dan wachten op wat eventueel nog komen gaat. De richting van de omroepen past in de lijn die de landelijke politiek voor ogen had bij de reorganisatie van de regionale publieke omroepen. Onderlinge samenwerking stond daarin voorop.’

## DRUK OP BUDGETTEN.

‘L1 sorteert financieel goed voor op de structurele bezuiniging vanaf 2017. Ook al komt de omroep er in dit jaar niet helemaal aan toe, er is voldoende financiële ruimte gecreëerd. Er hoeven geen plotse ingrepen te worden gedaan en met de vrijwillige vertrekregeling bereidt L1 zich goed voor op de mogelijke personele gevolgen.’

## AFRONDING VAN ZAKEN UIT 2015.

‘De overdracht van de aandelen van de private aandeelhouders is in 2016 succesvol geëffectueerd. De boete van het Commissariaat voor de Media is niet afgehandeld en blijft aandacht vragen. Nieuw was de invoering van de Wet DBA. L1 moet uitzoeken welke consequenties deze wet heeft voor zijn relatie met freelancers. De RvC volgt deze complexe materie op de voet.’

## VOORUITKIJKEN NAAR 2017.

‘Ook 2017 wordt voor de RvC een bijzonder jaar. Als de samenwerking met Omroep Brabant doorgaat, moet er een berg aan nieuwe overeenkomsten worden gesloten. Ergens in dit proces komt er ook één gezamenlijke Raad van Toezicht. Ons bordje blijft voorlopig dus goed gevuld.’

### DE RAAD VAN COMMISSARISSEN IN 2016

drs. J.P.M. Simons (voorzitter)  
H.A.J.M. Coumans  
drs. C.W. van Seventer (tot 1 juni)  
H.G.J. Heidenrath (secretaris)

De Raad van Commissarissen kwam in 2016 zes maal bijeen, in aanwezigheid van de directeur/bestuurder van L1. De RvC voerde verder regelmatig afzonderlijk overleg met de directeur en de OR. Terugkerende onderwerpen tijdens de overleggen en vergaderingen waren de financiële resultaten van L1 en 1Limburg, het bereik en de reclameomzetten, de ontwikkelingen rond de nieuwe Mediawet, de invoering van de Wet DBA, de ontwikkelingen rond 1Limburg, de boete door het Commissariaat voor de Media, de plannen voor samenwerking met Omroep Brabant, de vrijwillige vertrekregeling en de gevormde reorganisatievoorziening.

De RvC heeft de ontwikkelingen rond deze onderwerpen steeds beoordeeld op de mate waarin ze bijdragen aan het behoud van de regionale identiteit en inhoudelijke autonomie van L1. Ook de L1-medewerkers hebben zich hiervoor in 2016 ingezet. De Raad van Commissarissen dankt hen dan ook zeer voor hun inspanningen en creativiteit.

De RvC nam in juni 2016 afscheid van Chris van Seventer. Hij overleed korte tijd later. Tot het laatst bleef hij een inspirerend meedenker.

## JUISTE TOON VINDEN BIJ CULTURELE MINDERHEDEN

**Hoe betrek je mensen met een allochtone achtergrond bij alledaagse Limburgse onderwerpen? L1 zoekt nog naar de juiste toon.**

Van de huidige leden ben ik als laatste toegetreden tot de Stichtingsraad. Met als opdracht te onderzoeken hoe het geluid van mensen uit culturele minderheden beter kan doorklinken in de programma's van L1. Dat gebeurt nog onvoldoende. Van de Limburgers heeft 6% een niet-westerse achtergrond, met Marokkanen en Turken als grootste groepen. Zij maken voor hun nieuwsgaring nog vaak gebruik van anderstalige media. Tegelijkertijd voelen ze zich Limburger en zoeken ze bevestiging van hun Limburgse identiteit. Na een arenabijeenkomst in 2015 is een denktank opgericht 'Culturele minderheden en L1'.

Doel is een structurele relatie op te bouwen tussen de redactie en allochtonen die bereid zijn benaderd te worden door media. De kunst is hen te betrekken bij alledaagse Limburgse onderwerpen en niet bij moeilijke zaken als radicalisering. Het overgrote deel van de allochtonen herkent zich daar niet in.

**TÜLAY ARSLAN**

*stroming culturele minderheden*



# SAMENGEVOEGDE BALANS PER 31 DECEMBER 2016

na resultaatbestemming

## ACTIVA

### Vaste activa

Immateriële vaste activa  
Materiële vaste activa  
Financiële vaste activa

2016	2015
1.625	2.152
1.737.625	1.890.030
45.315	72.342
<b>1.784.565</b>	<b>1.964.524</b>

### Vlottende activa

Vorderingen en overlopende activa  
Liquide middelen

2.481.385	3.011.909
4.110.535	4.599.421
<b>6.591.920</b>	<b>7.611.330</b>

### Totaal activa

<b>8.376.485</b>	<b>9.575.854</b>
------------------	------------------

## PASSIVA

### Eigen vermogen

Geplaatst kapitaal  
Agioreserve  
Reserve voor media-aanbod  
Overige reserves

2016	2015
63.529	63.529
1.271.854	2.643.460
467.861	(598.799)
2.395.864	3.496.066
<b>4.199.108</b>	<b>5.604.256</b>

### Voorzieningen

1.146.695	1.996.608
-----------	-----------

### Kortlopende schulden en overlopende passiva

3.030.682	1.974.990
-----------	-----------

### Totaal passiva

<b>8.376.485</b>	<b>9.575.854</b>
------------------	------------------

# SAMENGEVOEGDE RESULTATENREKENING OVER 2016

## Baten

Productievergoedingen	12.465.418	12.321.382
Omzet reclame radio	755.653	808.043
Omzet reclame tv	1.011.656	964.131
Sponsoring en overige inkomsten	1.985.064	2.022.069

### Totaal baten

	2016	2015
<b>Totaal baten</b>	<b>16.217.791</b>	<b>16.115.625</b>

## Lasten

Personeelskosten vast personeel	7.164.818	8.905.006
Personeelskosten freelance personeel	2.110.798	2.032.839
Overige programmakosten	1.715.823	1.596.096
Facilitaire kosten	635.425	722.857
Huisvestingskosten	714.455	720.849
Afschrijving materiële vaste activa	610.131	777.750
Algemene kosten	1.927.735	1.961.829
Dotatie voorzieningen dubieuze debiteuren	40.816	16.651

### Totaal lasten

<b>Totaal lasten</b>	<b>14.920.001</b>	<b>16.733.877</b>
----------------------	-------------------	-------------------

### Bedrijfsresultaat

<b>Bedrijfsresultaat</b>	<b>1.297.790</b>	<b>(618.252)</b>
--------------------------	------------------	------------------

Rentebaten

Rentebaten	19.982	41.924
------------	--------	--------

Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening  
voor belastingen

Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	1.317.772	(576.328)
--	-----------	-----------

Belastingen

Belastingen	251.112	19.203
-------------	---------	--------

### Resultaat na belastingen

<b>Resultaat na belastingen</b>	<b>1.066.660</b>	<b>(595.531)</b>
---------------------------------	------------------	------------------

# TOELICHTING OP DE SAMENGEVOEGDE RESULTATENREKENING 2016

## BATEN.

De productievergoedingen die via Stichting Omroep Limburg worden ontvangen, komen van het Ministerie van OC&W via het Commissariaat voor de Media. Deze middelen zijn in 2016 geïndexeerd met 1,2%. 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 39% aan radio en 61% aan tv.

De stijging van de totale bruto omzet met 6,3% komt geheel voor rekening van de gestegen productievergoeding. De overige omzetten vertonen een gevarieerd beeld. Een nadere uitsplitsing van de omzetten laat het volgende beeld zien:

- De regionale reclameomzet bij de radio is evenals vorig jaar ook in 2016 gedaald. De stijging van de landelijke reclameomzet bij radio van de afgelopen jaren heeft zich ook voortgezet in het jaar 2016. Per saldo daalde de totale reclameomzet bij radio met 5%.
- Bij de regionale reclameomzet tv zien we in tegenstelling tot de omzet radio dat de stijgende tendens vanaf het jaar 2015 zich voortzet in 2016. Dat geldt ook voor de omzet van de landelijke reclameverkoop tv. Per saldo is de totale reclameomzet bij tv gestegen met 4%.
- De sponsorbijdragen zijn in 2016 met 26% gestegen.
- Bij de internetomzet zien we in tegenstelling tot voorgaande jaren een daling van de omzet in 2016 van 39%. De daling doet zich zowel voor op de site van 1Limburg als ook op de site van L1.
- De barteromzet laat een sterke daling zien van 71%. Dit is grotendeels het gevolg van een gewijzigde presentatie waarbij barthers van gelijke aard en omvang niet meer zijn gesaldeerd.

## **LASTEN.**

De totale lasten laten een daling zien van € 1.813.876 ten opzichte van 2015. Van deze daling is een bedrag van € 1.406.000 het gevolg van de gevormde reorganisatievoorziening in 2015 en een bedrag van € 238.592 door onttrekking aan deze voorziening in 2016. Hierna een toelichting op de verschillende kostenposten.

De daling van de personeelskosten voor vast personeel is het gevolg van de vorming van de reorganisatievoorziening van € 1.406.000,- voor afvloeiing van personeel in 2015 en de onttrekking hieraan in 2016. Daarnaast was er in 2016 gemiddeld 3,15 fte minder in dienst.

De stijging van de personeelskosten freelance wordt veroorzaakt doordat een deel van de afname van vast personeel opgevuld is door de inzet van freelancers. De stijging van de overige programmakosten is het gevolg van meer inkoop programma's. Deze inkoop wordt deels gedekt door extra productiebijdragen. De daling van de facilitaire kosten is het gevolg van een andere inzet van ENG diensten waardoor deze kosten voor het tweede achtereenvolgende jaar daalden. Daarnaast zijn ook de kosten voor lijnverbindingen nogmaals verlaagd en zijn er minder onderhoudskosten geweest.

De huisvestingskosten zijn nagenoeg gelijk gebleven aan vorig boekjaar. Door de ontwikkelingen in het publieke medialandschap is een behoudend investeringsbeleid van toepassing waardoor de afschrijvingen al enige jaren dalen.

De algemene kosten zijn licht gedaald als gevolg van een combinatie van verlagingen en verhogingen van diverse kosten. Hierbij is per saldo een verlaging van de kosten gerealiseerd.

De winst bij Omroepbedrijf Limburg B.V. wordt geheel verrekend met het compensabele verlies over het boekjaar 2015. Er is een actieve belastinglatentie voor het verschil tussen de fiscale en de commerciële afschrijvingen.

De winst van Televisiebedrijf Limburg B.V. is deels verrekend met compensabele verliezen over de boekjaren tot en met 2014. Over het restant is een bedrag van € 224.085 aan vennootschapsbelasting verschuldigd. De actieve belastinglatentie is gevormd voor het verschil tussen de fiscale en de commerciële afschrijvingen.



**GA NAAR DE MENSEN TOE EN MAAK CONTACT**

*Wat speelt bij Limburgers en wat spreekt hen aan? Om dat te achterhalen, moet L1 de provincie intrekken om te zien en horen wat er leeft.*

**FREDY TRUYEN**

*stroming zorg en welzijn*



Als enig lid van de Stichtingsraad kom ik nog uit de vroegere Programmaraad. Ik volg al sinds 2001 hoe L1 aandacht besteedt aan zorg en welzijn in Limburg. Met het project rond het ziekenhuis in Maastricht liet L1 jaren geleden al zien hier oog voor te hebben. Ook in de huidige kanalen komen zorg en welzijn in al hun facetten aan bod. Het is hiervoor belangrijk naar mensen toe te gaan en uit te vinden wat er bij hen speelt. Het tv-programma Óngerwaeg is daarvan een goed voorbeeld. Met de nieuwe media kan L1 hierin nog een slag maken, ook om jongeren te blijven trekken. Voor het welzijn van Limburgers zijn evenementen belangrijk. Ze houden Limburg bloeiend en het is goed dat L1 er veel aandacht aan besteedt. Nu de landelijke samenwerking gelukkig is afgeketst, moet L1 doorgaan op de ingeslagen weg. De ogen en oren openhouden, signalen uit de samenleving oppikken en er iets mee doen.'

## OPNIEUW UIT DE STARTBLOKKEN

*Voorzitter Joep Hahn van Stichting Omroep Limburg, de zendgemachtigde van L1, is blij dat de plannen van staatssecretaris Dekker om de regionale publieke omroepen onder één landelijke koepel te brengen ‘in de prullenbak zijn beland’. ‘We zijn eerlijk gezegd nu ook wel klaar met de discussies.’*

### WAAROM BENT U ER KLAAR MEE?

‘De regionale omroepen hebben vanaf het begin, toen bleek dat ze hun zelfstandige status zouden verliezen, de hakken in het zand gezet. Ze kregen daarbij de steun van de provinciebesturen. En de politieke partijen in Den Haag gaven de staatssecretaris nog een kleine oorveeg toe. Ze vonden dat hij prutswerk had geleverd. Vanaf 2017 hoeven we geen onnodige energie meer te steken in discussies over de toekomstige structuur van de publieke regionale omroep. L1 blijft zelfstandig en kan verder werken aan de sterkte van het eigen merk.’

### IS DE OPGAVE EENVOUDIGER GEWORDEN?

‘De bezuiniging op de omroepbijdragen aan de regionale zenders is gebleven. L1 krijgt jaarlijks anderhalf miljoen euro minder, ongeveer 10% van het budget. Maar we willen de programmering niet aantasten. En verder willen we investeren om de snelle ontwikkelingen op het gebied van internet en sociale media te blijven volgen. Hoe passen we hier een mouw aan? Met Omroep Brabant zijn we besprekingen begonnen over nauwe samenwerking. Door besparingen op de organisaties blijft geld beschikbaar voor behoud en verbetering van de programmering. We zijn er klaar voor om met elan de toekomst in te gaan.’

## EN DE KOERS VAN L1?

‘Die verandert niet. L1 heeft als (wettelijke) taak het verzorgen van een zo volledig mogelijk media-aanbod. Dus naast nieuws en achtergronden bij het nieuws ook cultuur, sport, evenementen en ontspanning. Rode draad in de programmering is dat die op Limburg, op de Limburgers gericht moet zijn. L1 wil en moet de Limburgse identiteit belichten en daarop aansluiten, mogelijk versterken. Dat wil niet zeggen dat elk programma hoog scoort of in de ogen van iedereen aansluit bij het Limburggevoel. Dat gevoel is ook moeilijk te duiden. Dé Limburger bestaat niet. Maar de inwoners van onze provincie zijn wel allemaal Limburgers. L1 richt zich op de Limburgers via radio, tv en online. De vlag van L1 wappert boven heel Limburg. L1 is van en voor de Limburgers, met liefde voor Limburg.’

## INTERVIEWS STICHTINGSRAAD

Verspreid door dit jaarverslag vindt u interviews met een aantal leden van de Stichtingsraad van L1. Deze raad bepaalt, conform de Mediawet, het programmabeleid van L1. De Stichtingsraad van L1 bestaat uit zestien leden: de onafhankelijke voorzitter (tevens voorzitter van de zendgemachtigde Stichting Omroep Limburg) en de vertegenwoordigers van vijftien (maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke) stromingen in het Limburgse maatschappelijk leven. Samen zijn de stromingen representatief voor de Limburgse samenleving. In de interviews laten de leden zich uit over het functioneren en de toekomst van L1.



## GOED BEELD VAN WAT IN SAMENLEVING SPEELT

**L1 staat midden in de Limburgse samenleving en geeft via al zijn kanalen uitstekend inhoud aan de Limburgse identiteit.**

Voor ondernemers en werkgevers is het essentieel voeling te houden met wat er in de samenleving speelt. Zij hebben behoefte aan betrouwbaar nieuws, dat snel wordt gebracht op momenten dat het past, met duiding en achtergronden. L1 voorziet daar heel goed in via de programmering en de medewerking aan initiatieven als de Limburg Expo Award en MKB L1mburg Prijs. Dat is een groot goed in een provincie waar de regionale identiteit zo belangrijk is. Ik ben dan ook blij dat er geen landelijke regionale publieke omroep komt. Tegen de organisatorische en

bestuurlijke samenwerking met Omroep Brabant kan ik als lid van de Stichtingsraad weinig hebben. De besparingen die dat oplevert, komen de programmering ten goede. Mijn boodschap aan L1 is dan ook: wees trots op de positie in het omroepbestel en ga door op de ingeslagen weg, met behoud van de redactionele onafhankelijkheid.

### ELMAR GEHLEN

*stroming werkgevers/ondernemers*



# L1

Ambyerstraat-Zuid 77b  
Postbus 31  
6200 AA Maastricht  
tel. 043 - 850 60 00  
[L1.nl](http://L1.nl)

## NEVENVESTIGING

Nedinscoplein 9 (bij Omroep Venlo)  
5912 AP Venlo

# Stichting Omroep Limburg

Ambyerstraat-Zuid 77b  
6226 AW Maastricht  
tel. 043 - 850 60 00  
[omroep limburg.nl](http://omroep limburg.nl)



L1 JAARVERSLAG 2016