

JAAAR- VERSLAG 2019





INHOUD

03

07

12

16

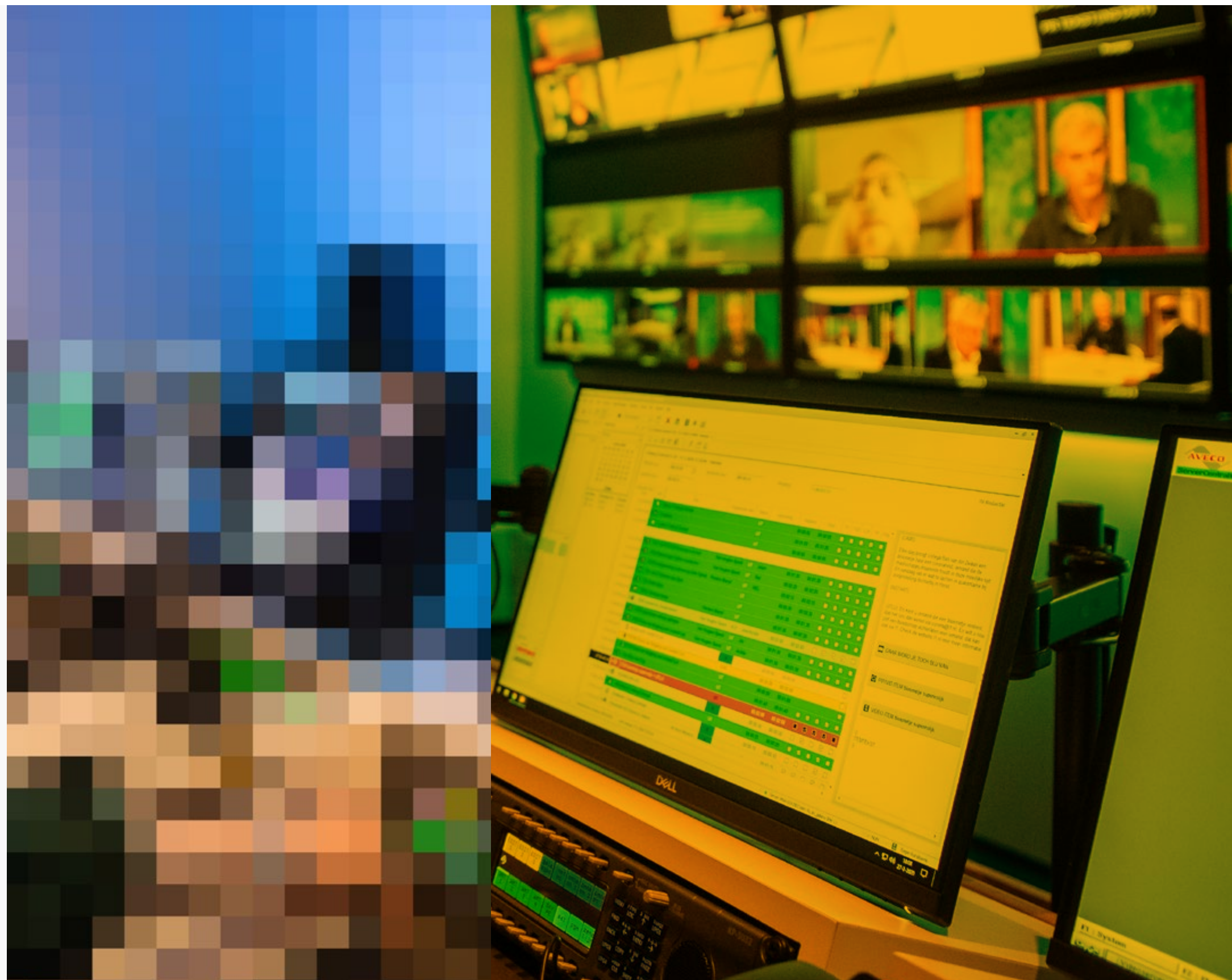
26

29

32

38

40





Stille verandering

2019 was voor L1 een jaar van ‘stille veranderingen’. Veranderingen waar het publiek en soms ook de medewerkers niets van merkten, maar die toch een grote impact hadden. De tweehoofdige directie Emiel van der Wal en Bert Lemmens kijkt met een goed gevoel terug op een jaar dat de organisatie van L1, na jaren van onzekerheid over de toekomst weer rust bracht. Rust die werd gebruikt om nieuwe initiatieven te nemen en verbeteringen door te voeren. Met een stabiel en hoog totaalbereik onder de Limburgse bevolking handhaafde L1 intussen haar vooraanstaande positie in het Limburgse medialandschap. De omroep weet daarbij met dezelfde bezetting de inhoud op peil te houden met min of meer gelijkblijvende middelen.

BESTUURSSTRUCTUUR

‘Eind 2018 liet het Commissariaat voor de Media ons weten dat de governancestructuur van L1 anders moest. Op dat moment viel de Stichting Omroep Limburg (SOL) als houder van de zendmachtiging en ontvanger van de rijksbijdrage formeel nog buiten het toezicht van de Raad van Commissarissen; deze hield alleen toezicht op de bv’s van L1. Om dit te veranderen zijn SOL en L1 in 2019 in elkaar geschoven en bestuurlijk gefuseerd. De governancestructuur is daardoor eenvoudiger geworden, met één bestuur en Raad van Commissarissen voor de hele organisatie. Deze bestuurlijke aanpassing kostte veel werk, maar is naar ieders tevredenheid afgerond, ook naar die van het Commissariaat voor de Media. Sinds 1 januari 2019 heeft L1 ook een geheel nieuwe Raad van Commissarissen. Daarmee is de structuur en bezetting weer volledig op orde. Intussen blijft de journalistieke onafhankelijkheid van de redactie gewaarborgd en kan de regionale Mediaraad L1 zijn wettelijke rol inzake het media-aanbodbeleid ongemoeid voortzetten. Al met al hebben het publiek en ook onze medewerkers van deze grote maar stille verandering niets gemerkt.’

STORYBASED WERKEN

‘Nog een stille verandering met een enorme impact op de organisatie was de invoering van het systeem Nimbus Newsroom. We zijn hier in 2018 mee gestart en hebben de invoering in 2019 afgerond. Nimbus past perfect in onze wens om storybased te werken. Journalisten gaan niet meer op pad om een item te maken specifiek voor tv, radio of online, maar om een verhaal te maken. Dit wordt vervolgens in Nimbus zodanig verwerkt dat het op meerdere platforms is te gebruiken. Daarnaast kun je in het systeem allerlei zaken regelen, van draaiboeken voor diverse programma’s tot het vastleggen van agenda-afspraken en gebruiken van archiefbeelden. Het maakt het werk van L1 efficiënter en faciliteert dat we met dezelfde bezetting meer inhoud produceren. We hebben in 2019 veel aandacht besteed aan het trainen van medewerkers om met Nimbus te werken. Het vergt van een traditionele verslaggever een andere manier van denken en handelen. De organisatie verdient een groot compliment voor de wijze waarop iedereen hiermee aan de slag is gegaan. Dat de kijker, luisteraar en online bezoeker er niets van heeft gemerkt, verdient eveneens een compliment. Het nieuwe newsroomsysteem is ingevoerd zonder ook maar een enkele storing.’



SAMENWERKING IN GROE&I

'L1 is één van de negen regionale omroepen die in 2019 hebben besloten samen te gaan werken in GROE&I, het Gezamenlijk Regionaal Online, Expertise & Innovatiecentrum. Wij nemen in deze zelfstandige organisatie een vooraanstaande rol op ons als één van de vennoten, naast RTV Noord en Rijnmond. GROE&I wil innovatie aanjagen, onder meer door de ontwikkeling van nieuwe technische platforms voor de app- en webomgevingen van regionale omroepen. Deze moeten er in het vierde kwartaal van 2020 staan. Dat wordt voor ons het moment om de app en website van 1Limburg en L1 te vernieuwen. Het platform moet optimale mogelijkheden bieden om te adverteren; de reclameomzet wordt tegenwoordig immers steeds meer online behaald. Binnen GROE&I werken we verder samen met de NOS en alle regionale omroepen aan een nieuw systeem voor onderlinge uitwisseling.'

BRIEF MINISTER

'In juni 2019 beschreef minister Arie Slob in een brief aan de Tweede Kamer zijn visie op de toekomst van de publieke omroep in Nederland. Hij wil toe naar een reclamevrije Nederlandse Publieke Omroep (NPO) tot 8 uur 's avonds. Dit zal zeker tot 2024 niet gaan gelden voor de regionale omroepen. In onze huidige concessieperiode hoeven we ons hierover dus geen zorgen te maken. Een reclamevrije omroep zou voor L1 grote consequenties hebben, omdat wij relatief veel inkomsten behalen uit reclame. Dit geld wordt gebruikt ter versterking

van onze programmering en daarmee van de functie die wij hebben als publieke omroep. De minister wil verder een grotere inbreng van de Regionale Publieke Omroep (RPO) op het landelijk net, bijvoorbeeld via NPO3, en meer samenwerking tussen de NPO 3 en RPO en - op lokaal niveau - tussen de regionale, lokale en streek-omroepen. In 2020 moet blijken hoe deze veranderingen worden uitgewerkt en of ze nog door dit kabinet in nieuwe regelgeving kunnen worden vastgelegd.'

BEREIK

'Over de cijfers rondom bereik moeten we vooraf een nuancering aanbrengen. Bereikscijfers komen uit verschillende bronnen en de betrouwbaarheid van sommige cijfers is niet altijd even hoog. Zo zijn de traditionele meetmethoden voor radio en televisie op basis van de kastjes en panels bij mensen thuis niet altijd representatief door een te kleine steekproef. Overall bereik, dat door Motivaction-onderzoek gemeten wordt, en de online cijfers zijn zeer betrouwbaar. Alle uitgevers, mediabureaus en omroepen werken aan een nieuw gezamenlijk systeem dat deze discussie moet laten verdwijnen. Het bereik van L1 is stabiel en bleef ook in 2019 hoog. Via onze drie kanalen - tv, radio en online - weet 88% van de Limburgers ons te vinden en ook de naamsbekendheid van L1 is onverminderd hoog. Het marktaandeel van de radio was iets lager, maar met de nieuwe programmering is de verwachting dat dit weer zal gaan stijgen. Het online-bereik blijft goed en het bereik van L1 TV is stabiel. Mensen blijven, anders dan menig mediakenner voorspelt, nog steeds op grote schaal lineair tv-kijken. Het sentiment bij adverteerders rondom tv is echter negatief, waardoor reclame-inkomsten bij L1 teruglopen. Met gelijkblijvende kijktijden en onderzoeken die aantonen dat tv een dragend medium blijft, gaan we het sentiment bij adverteerders positief proberen te veranderen.'

FINANCIIEEL

'L1 is in 2019 keurig binnen de begroting gebleven, ondanks tegenvallende reclame-inkomsten. De belangrijkste redenen hiervoor zijn: een lager marktaandeel van radio en de daaraan gekoppelde landelijke inkomsten in 2019, het al eerdergenoemde negatieve sentiment bij adverteerders rondom tv, het achterblijven van de sponsoring inkomsten en de verschuivingen naar de goede online mogelijkheden die we bieden. Dit levert echter duidelijk minder inkomsten op in vergelijking met radio en tv. We hebben wel alle voorgenomen noodzakelijke investeringen uitgevoerd en de inhoud gemaakt die we wilden maken. Door goed op de kosten te blijven letten bleef onder de streep een klein positief saldo over.'

RUST

'Punt van aandacht is dat de druk op de organisatie niet te groot mag worden. Het is ongelooflijk hoeveel een relatief kleine organisatie als L1 presteert. We versloegen in 2019 alleen al 99 evenementen. Om overbelasting te voorkomen, moeten we soms scherpe keuzes maken. Daarom hebben we in 2019 niet meer zelf een actie georganiseerd voor de voedselbank. We hebben daar wel journalistiek aandacht aan besteed. Het is van belang de rust in de organisatie, die na jaren van onzekerheid over de toekomst weer langzaam is teruggekeerd, in stand te houden. Zodoende kan L1 zich volledig concentreren op haar journalistieke taak en haar taak als hoeder van de Limburgse identiteit.'



TOEKOMST

'In 2020 willen we de zichtbaarheid van L1 op de evenementen die we verslaan verhogen. Daarnaast besteden we veel aandacht aan het opleiden van medewerkers. Ook is 2020 het jaar van een nieuw strategisch plan. Hierin geven we aan hoe we de komende jaren willen opereren in het veranderende landschap. Tot zover het toekomstbeeld dat we voor het jaar 2020 onveranderd laten. Want we zijn bij het schrijven van dit verslag bekend met het uitbreken van de coronacrisis. De geplande mooie evenementen voor het jaar 2020, zoals het bezoek van de Koning aan Maastricht op Koningsdag en de opvoering van The Passion in Roermond zijn geannuleerd. Ook alle andere evenementen gaan in elk geval tot 1 september niet door. De financiële vooruitzichten die goed waren, worden nu beïnvloed door deze crisis en dan met name door de stilgevallen advertentiemarkt, een markt die er al niet geheel rooskleurig uitzag. We blijven werken aan onze vooraanstaande positie in het Limburgs medialandschap. Met de huidige kennis lijkt het een spannend jaar te worden.

Vanwege het belang hebben we uitvoerig de "corona-situatie" beschreven. Daarnaast wordt in 2020 de ingeslagen weg ter attentie van het verder professionaliseren van de planning- en controlecyclus alsmede de governance binnen L1 verder doorgezet. Uiteraard gebeurt dit samen met de nieuw aangetreden RvC.'

CORONACRISIS 2020

'De huidige wereldcrisis die het gevolg is van de uitbraak van de verspreiding van het coronavirus is op het moment van schrijven van het bestuursverslag nog in ontwikkeling. Dit heeft ook zijn impact op de bedrijfsvoering van L1, waarbij de volle omvang ervan nog niet duidelijk is. Wij achten het noodzakelijk om, met de huidige kennis, inzicht te geven in de impact van de crisis op ons bedrijf.'

MAATSCHAPPELIJK BELANG VAN L1

'Het uitbreken van de crisis leert ons hoe belangrijk de rol van ons als regionale omroep is. Vanaf het eerste moment zien we dat de Limburgse bevolking behoefte heeft aan een betrouwbare nieuwsvoorziening die heel erg betrekking heeft op de eigen omgeving. Ook zien we dat de verbondenheid met elkaar groeit in deze crisis en dat het stimuleren van de verbinding ook onze rol is. Daarvoor zijn snel nieuwe programma's geproduceerd zoals AvondGasten: corona in Limburg, Limburg in Beweging en Allerliefste Limburgers. Dat resulteert in grote bezoekersaantallen op de nieuwssite 1Limburg en een grote kijk- en luisterdichtheid. Een positief gevolg van een negatieve aanleiding. Alle kracht wordt gedurende deze crisis gestoken in het in standhouden van de berichtgeving en de uitoefening van de wettelijke taken.'



GENOMEN MAATREGELEN

'Onmiddellijk na de uitbraak en de afkondiging van de maatregelen door de overheid hebben we alles in het werk gesteld om onze basistaak overeind te houden, maar ook om te zorgen voor de veiligheid van onze medewerkers. Dat betekent onder meer dat diensten en roosters zijn aangepast, thuiswerken gestimuleerd is, hygiënemaatregelen zijn aangescherpt en de programmering is aangepast. Ondersteunende medewerkers die voornamelijk thuiswerken, hebben taken en projecten gekregen die betrekking hebben op achterstallig onderhoud, de aanpak voor "na corona" en het persoonlijk ontwikkelingsplan. Dat laatste vooral via onlinetraining en online begeleiding.'

DE RISICO'S VAN COVID-19

'De echte gevolgen van de uitbraak en de omvang ervan zullen de komende maanden duidelijk worden, maar we moeten rekening houden met aspecten als het verlies van inkomsten van inkomsten (met name door het intrekken van campagnes van adverteerders) en het afgelasten van alle evenementen. De eerste voorzichtige schattingen van het verlies van reclame-inkomsten gaan uit van 25% oplopend tot 50% in het slechtste scenario. Het missen van medewerkers door ziekte terwijl we onze uitzendingen en onze online platformen moeten laten draaien. Mogelijk hogere kosten door oplopende vakantietegoeden omdat er minder verlof wordt opgenomen en eventuele aanpassingen aan de 1,5 meter regel.'

TE NEMEN MAATREGELEN

'Bij het langer aanhouden van de crisis kunnen roosters verder aangescherpt worden. We zullen dan meer gebruik moeten maken van de jaarurennorm en het kritisch toezien op vakantieregelingen. Een verdere versoering van de programmering zonder de nieuwsvoorziening uit het oog te verliezen is ook mogelijk.'

CONTINUÏTEIT VAN DE ONDERNEMING

'COVID-19 heeft onherroepelijk gevolgen voor de (reclame) inkomsten van L1. Wij doen er alles aan om aan de kostenkant de compensatie te vinden, maar hechten er zeer aan om onze maatschappelijke regionale functie van nieuwsvoorziening en verbinding te blijven vervullen. Wij zullen onze positie continu blijven monitoren en onze liquiditeitspositie niet uit het oog verliezen. Vooralsnog maken wij ons geen zorgen over de continuïteit van de organisatie.'

BESTUUR PER 1 JULI 2019

De heer E.B.J. van der Wal

- Directeur-eigenaar Merkbaar Emiel (bezoldigd)
- Managing Partner Over & Beyond B.V. (bezoldigd)
- Member of the board United World College Maastricht (onbezoldigd)

De heer H.M.J. Lemmens

- DGA Crossroads Interim Management BV (bezoldigd)
- ZZP'er Leadenco (bezoldigd)
- Bestuurslid bij VVD netwerk Gulick en Overmaas (onbezoldigd)



**PUBLIEKE
VERANTWOORDING**

Hier staan de doelstellingen van 2019 uiteengezet. In het hoofdstuk 'Bereik' (pagina 13) in dit jaarverslag laten we de daadwerkelijke resultaten zien.'

Onze doelstellingen in 2019



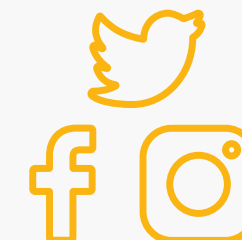
1LIMBURG WEB & APP

Minimale groei van 10% in het aantal bezoeken per maand



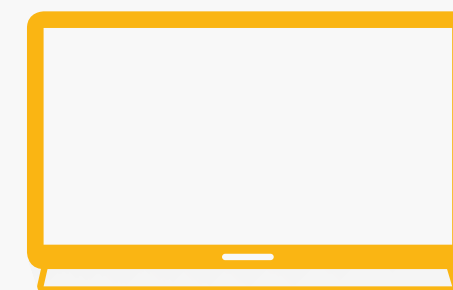
L1 WEB & APP

Het aantal bezoeken per maand met minimaal 11% verhogen



SOCIAL MEDIA

Minimale groei aantal volgers van 10% per jaar



L1 TV

Gemiddeld dagbereik op jaarbasis 14% (Meting SKO)



L1 RADIO

Marktaandeel 14% en/of minimaal tweede positie in Limburg (Meting NLO)



Impact

Het bereik van L1 bleef in 2019 op peil: online groeide door, tv was stabiel en de daling van radio lijkt in de tweede helft van het jaar te zijn gestopt. L1 herijkte haar media-aanbodbeleid: het cultuurdragerschap is voortaan even belangrijk als de nieuwstaak. In de redactie stroomden veel nieuwe mensen in. Om hen door te laten groeien naar het gewenste hoge journalistieke niveau legt L1 volgens hoofdredacteur Leo Hauben steeds meer nadruk op permanente educatie.

L1 RADIO

'Het radiolandschap is veranderd nu NPO 3FM als meest beluisterde zender is weggevallen. Dat is nu met voor-sprong NPO Radio 2. Wij willen volgen als nummer twee. In 2019 hebben we ons radioformat gewijzigd. Een effect daarvan is pas op langere termijn te verwachten, maar we lijken de daling van het radiobereik te hebben gestopt. Het bereik online van 1Limburg groeide licht, dat van tv is stabiel omdat ons publiek nog erg aan lineair tv-kijken hecht.'

JONGEREN BINDEN

'De L1-kijker is gemiddeld ouder dan 45 jaar. Jongeren zijn de grootste afhakers van lineair tv-kijken. Via onze app en sociale media willen we hen aan ons binden en brengen we ons werk en merk onder de aandacht. Zo investeren we in de toekomst. Mogelijk gaat het jonge Limburgse publiek op hogere leeftijd wel lineair tv-kijken. Uit onderzoek bleek een paar jaar geleden dat jongeren alleen bij grote nieuwsfeiten naar het NOS-journaal kijken. Dan beschouwen zij het NOS-journaal als meest betrouwbare medium. Zo'n positie willen wij in Limburg innemen, om te bouwen aan ons publiek van de toekomst.'

NIEUWS ÉN CULTUUR

'In mei heeft de Mediaraad van L1 de nota media-aanbodbeleid 2019-2023 vastgesteld. Daarin hebben we onze rol als drager van de Limburgse cultuur op gelijke hoogte gesteld met onze nieuwstaak. We verstevigen onze wortels in de Limburgse cultuur onder meer met het nieuwe tv-programma Kwizzele, een quiz in het dialect over onder andere de geschiedenis en cultuur van Limburg.'


**PUBLIEKE
VERANTWOORDING**

EVENEMENTEN

‘In 2019 versloegen wij, al dan niet live, een kleine honderd evenementen, met name sport en cultuur. Binnen de mogelijkheden van de Mediawet werken wij hierbij samen met partners en/of externe financiers. Door de toegenomen technische mogelijkheden kunnen wij met dezelfde middelen steeds meer evenementen verslaan. We waren bijvoorbeeld live bij de opening van de Buitenring Parkstad en verzorgden live-uitzendingen rond de viering van 75 jaar bevrijding en de verkiezingen voor Provinciale Staten. Met themadebatten rond de verkiezingen gaven we inhoud aan onze drie D’s: Duiding, Diepgang en Dialoog.’

PERMANENTE EDUCATIE

‘Op de redactie zijn in 2019 meer mensen ingestroomd dan vertrokken. Een mooie prestatie, omdat het voor velen een hoge drempel is in Limburg te gaan werken, vanwege de geografische ligging en het gebrek aan meerdere mediabedrijven. Door steeds meer nadruk te leggen op permanente educatie brengen we onze jonge redacteurs kwalitatief op een hoger niveau. Ook praten we veel over ons vak. Wat zijn onze journalistieke waarden en normen en hoe brengen we die op een hoger peil? Je kunt alleen kwaliteit realiseren door er continu samen over te praten.’

Voor iedere afdeling binnen L1 is permanente educatie een aandachtspunt om enerzijds het kennisniveau op

peil te houden en anderzijds om de toegevoegde waarde van de medewerkers voor de organisatie te blijven borgen. Stilstaan betekent immers in deze digitale maatschappij dat er ingeteerd wordt op parate kennis die van enorme waarde voor de organisatie is. Het op peil houden van je vakkennis is een absolute noodzaak om je werk goed uit te kunnen voeren. Daarom wordt er bij elk voortgangsgesprek tussen de leidinggevende en de medewerker gesproken over het volgen van eventuele opleidingen.’

REGIONALE MEDIARAAD

‘De Mediaraad is de weerspiegeling van de Limburgse samenleving en omvat in totaliteit 15 stromingen. De Mediaraad heeft onder andere als taak het vaststellen van het media-aanbodbeleid en heeft daarmee als vertegenwoordiger van de Limburgers een grote invloed op de programmering van L1. In 2019 is er een begin gemaakt met de vervanging van een aantal leden. Er zijn 5 vacatures gesteld voor de stromingen jongeren, gehandicapten, vrouwenorganisaties, sport en welzijn en zorg. Daarnaast is er ook een nieuwe kandidaat geselecteerd voor de stroming onderwijs. Ook is men gestart met de werving van een nieuwe onafhankelijke voorzitter. De nieuwe leden en de onafhankelijk voorzitter van de Mediaraad zullen in 2020 hun functies aanvaarden.’

IN VOGELVLUCHT

- **Bereik online licht gegroeid, tv stabiel, daling radio gestopt.**
- **Cultuurdragerschap even belangrijk als nieuwsvoorziening.**
- **Uitzendingen en opnames van bijna honderd evenementen.**
- **Wekelijkse filmpjes over hart- en vaatziekten in de actie Mijn Limburgs Hart, een samenwerking met Health Foundation Limburg.**
- **Nieuwe maandelijkse editie van AvondGasten, met dialoog en verdieping over één thema.**
- **Twee nominaties voor NL Awards: Riël Linssen als jong talent; Sander Selen, Jo Smeets en Ton Derks voor de documentaire ‘Mannen in Zwart’.**
- **Eerste aflevering dialectquiz ‘Kwizzele’.**
- **1500e aflevering ‘Óngerwaeg’, vastgelegd in een speciale tegel voor de studio.**



INTERVIEW

Ruimte voor verandering en initiatief



In 2019 konden de medewerkers van L1 zich weer voluit concentreren op waar het in hun werk om draait: het verslaan van nieuws en evenementen en het maken van een mooi aanbod voor radio, tv en online of het ondersteunen daarvan. De organisatie ging voor het eerst sinds langere tijd een heel jaar lang niet meer gebukt onder de dreiging van bezuinigingen of een onzekere toekomst. Dat bracht energie en ruimte voor positieve verandering en maakte creativiteit los voor nieuwe initiatieven. Zo bouwde L1 aan nieuwe fundamenten voor het behouden van haar vooraanstaande positie in het Limburgse medialandschap.

In dit jaarverslag vertellen medewerkers van L1 over de veranderingen of initiatieven waaraan zij zelf in 2019 met veel enthousiasme (mee) werkten. Veranderingen waarvan de kijkers, luisteraars en online bezoekers in het ene geval niets merkten, maar in het andere geval juist heel veel.

INTERVIEW

KEVIN DERKS/
Producer



‘Veel enthousiasme en wilskracht om vooruit te willen’

Kevin Derks kwam in 2018 als stagiaire marketing binnen bij L1. Na zijn stage bleef hij ‘hangen’ als producer van diverse evenementen. Kevins grootste klus is de productie van Tour de L1mburg, de dagelijkse live wielertalkshow van L1 tijdens de Tour de France. ‘Hiermee reizen we rond door de provincie en praten we niet alleen over de Tour, maar laten we ook zien wat er in Limburg zoal te doen is op onder meer wielergebied. Het is een superproject, of beter gezegd een verzameling van 24 losse projectjes, aangezien we elke dag vanaf een andere locatie uitzenden. Ik doe al het regelwerk voor het programma: van het zorgen voor internet en stroom tot het inplannen van de geluids- en beeldtechnici, de ontvangst van gasten en het inrichten van de uitzendplek. Het is knap dat L1 dit als kleine omroep voor elkaar krijgt. We kennen De Avondetappe van de NOS en Tour Du Jour van RTL, maar die werken met veel grotere budgetten. Van de regionale omroepen is L1 de enige met zo’n dagelijks live tv-programma over wielrennen tijdens de Tour de France.’

Kevin is één van de jongere krachten bij L1. Hij kwam bij de omroep veel enthousiasme en wilskracht tegen om vooruit te willen en nieuwe dingen te doen. ‘L1 biedt veel kansen voor jonge medewerkers zoals ik. Als je die kansen vervolgens ook pakt, gaat er een wereld voor je open.’



BEREIK

L1 heeft als filosofie dat we online aanwezig zijn waar het publiek aanwezig is. Op alle relevante platforms is informatie van L1/Limburg te vinden, waarbij we veruit de meeste mensen bereiken via 1Limburg (web en app). Ieder social mediakanaal heeft zijn eigen doelstellingen. Instagram is met name belangrijk voor onze branding, via Facebook proberen we een breed publiek naar onze websites te trekken en via Twitter bereiken we vooral opiniemakers.

Statistieken online: 1Limburg, L1.nl en social media



- Bereik 1Limburg app + website was gemiddeld 10,7 miljoen sessies per maand
- Dat was 0,46% minder dan in 2018



- Bereik L1 app + website daalde met 6% van 840.000 naar 790.000 sessies gemiddeld per maand



- Facebookvolgers op 1Limburg groeiden dit met 5,6% naar 145.300
- op L1 groeiden dit met ruim 6,7% naar ruim 85.900



- 1Limburg had eind 2019 30.700 volgers op Instagram
- L1 had eind 2019 32.100 volgers op Instagram.



- De redactie investeerde in 2019 vooral in de productie van video voor online. Het aantal geplaatste video's groeide daardoor met 20% van 196 naar 235 video's per maand.
- Het aantal videoviews op 1Limburg daalde met 1,9% van 447.500 naar 439.000 views per maand.



Bereik



L1 WEB & APP

Bron: Google Analytics L1

per maand	2019	2018
Gebruikers	362.545	386.129
Paginaweergaven	1.459.612	1.540.951
Sessies	790.936	841.814



1LIMBURG WEB & APP

Bron: Google Analytics 1Limburg

per maand	2019	2018
Gebruikers	1.891.231	1.568.874
Paginaweergaven	31.189.778	35.629.170
Sessies	10.701.447	10.751.013

SOCIAL MEDIA

Totaal aantal volgers per december 2019



TOTAAL AANTAL VOLGERS

L1 SOCIAL MEDIA (meer dan 255.000 volgers 2019)

	2019	2018
Facebook L1	85.900	80.750
Facebook L11 Alaaf	47.900	46.000
Twitter @L1	91.000	90.500
Instagram	32.100	24.500

TOTAAL AANTAL VOLGERS

1LIMBURG SOCIAL MEDIA (meer dan 190.000 volgers 2019)

	2019	2018
Facebook 1Limburg	145.300	137.500
Twitter @1Limburg	17.100	16.250
Instagram	30.700	22.000

14



BEREIK



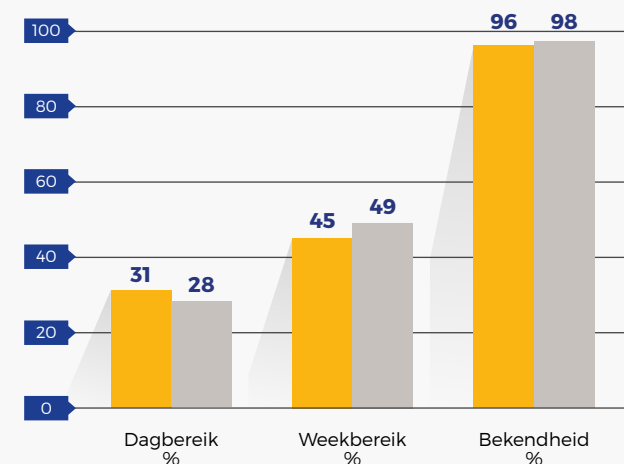
L1 TV

Bron: SKO/GfK + Motivaction

● 2019 ● 2018

Kijktijd per dag

🕒 30 min
🕒 29 min



Bereik per dag
kijkers



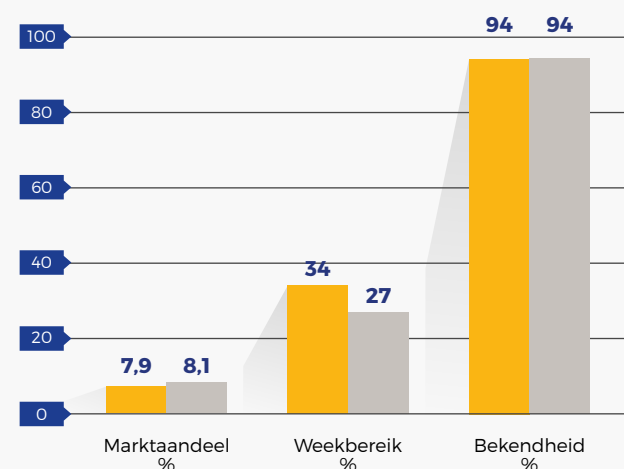
L1 Radio

Bronnen: NLO/GfK + Motivaction

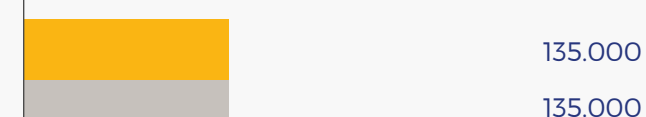
● 2019 ● 2018

Luistertijd per dag

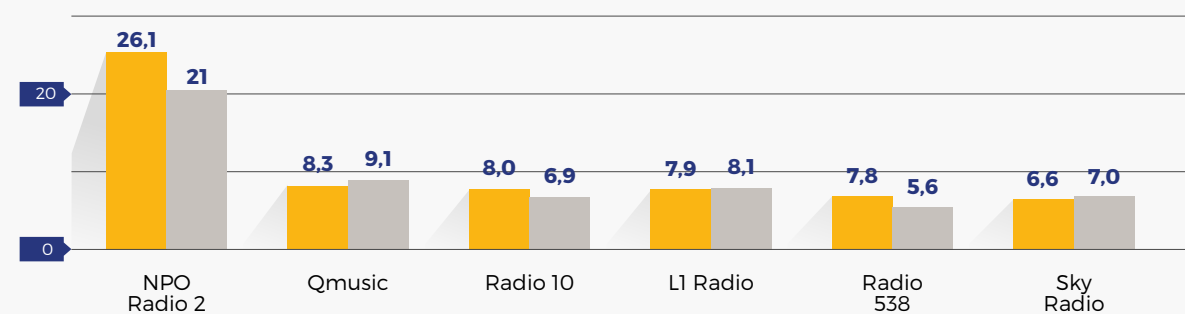
🕒 160 min
🕒 166 min



Bereik per dag
luisteraars



Marktaandeel radiozenders in Limburg (in %)



INTERVIEW

PASCAL VERLINDEN /
Presentator L1 Radio

‘Meer flow in de radioprogrammering’



Pascal Verlinden presenteert sinds juni 2019 van maandag tot en met vrijdag de L1 Nieuwsshow op de radio tussen 6 en 10 uur 's ochtends. Hij werkte mee aan de ontwikkeling van nieuwe radioformats en klokken, met meer nadruk op herkenbare hits gedurende de dag. 'Dat heeft een lijn gebracht in het muziekformat. Daarnaast zijn we de dagelijkse Nieuwsshow vlotter en moderner gaan aanpakken. L1 heeft 's ochtends concurrentie van landelijke radiostations en nieuwsprogramma's van onder meer NPO Radio 1. Luisteraars in de auto willen in de ochtend worden bijgepraat over de belangrijkste nieuws-ontwikkelingen. Daar past een vlotte en positieve presentatie bij, met de belangrijkste nieuwsberichten maar ook verdieping. Het is mooi dat bij L1 de ruimte bestaat om deze veranderingen door te voeren. En met succes: het radiobereik is in de tweede helft van 2019 gestegen.'

Pascal voelt zich bij L1 met zijn 'radiohart' thuis. 'L1 leeft zeer bij de Limburgers. Ik heb dat als geen ander onderzonden door de herkenning op straat, doordat ik nu dagelijks ook op tv te zien ben. Het is dan ook inspirerend om samen met het radioteam na te denken over waar we over enkele jaren willen staan en te werken aan bijvoorbeeld de ontwikkeling van nieuwe kanalen. Ik zie veel potentie om vooruit te komen en via een nog betere binding met het publiek ons marktaandeel uit te bouwen. Daar moeten we geduld voor opbrengen, want dat kost wel tijd.'

16**PROJECTEN**

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 bijna honderd evenementen.



PROJECTEN



LIMBURG CENTRAAL: VROUWEN IN DE MEDIA
17 januari
 L1, Maastricht
 tv | online

AVONDGASTEN: BRUSSEL
19 februari, 19 maart, 9 april
 Europees Parlement, Brussel
 tv

LIMBURG STEM (THEMADEBATTEN)
8 - 17 maart
 LAB Provinciehuis, Maastricht
 live tv | online

LIMBURG STEM
20 maart
 LAB Provinciehuis, Maastricht
 live tv | online

VERBORGEN VERLANGENS
mei t/m juli
 tv

MKB LIMBURG PRIJS
12 juni
 L1, Maastricht
 live tv | online

L1 KNALT DE ZOMER IN
19 juli
 L1, Maastricht
 live radio

OPENING BUITENRING PARKSTAD
1 september
 Nuth
 live tv | online

OOGGETUIGEN: 75 JAAR BEVRIJDING
september, oktober
 Limburg
 tv

LIMBURG HERDENKT VRIJHEIDSBOT
september t/m november
 Op de Maas
 tv

EMIL EN DE VRIJHEID
september t/m december
 tv

75 JAAR BEVRIJDING MESCH
12 september
 Mesch
 live tv | live radio | online

800 JAAR HORST AAN DE MAAS: ZET DE KLOK MA STIL
25 september
 Horst aan de Maas
 tv

AVONDGASTEN: MIJN LIMBURGS HART
3 oktober
 L1, Maastricht
 tv

LIMBURG EXPORT AWARD
23 oktober
 Dinnissen Process Technology, Sevenum
 live tv | online

AVONDGASTEN: HEEFT DE LIMBURGSE TAAL NOG TOEKOMST?
4 november
 Limburgs Museum, Venlo
 tv

AVONDGASTEN: HEEFT DE LIMBURGSE BOER NOG TOEKOMST?
2 december
 L1, Maastricht
 tv

NACHTMIS VENLO
24 december
 Martinus Basiliëk, Venlo
 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.



PROJECTEN



FINALE TALENT & CO

5 januari

Parkstad Limburg Theater, Kerkrade
tv|online

KAMERMUZIEKFESTIVAL MOOK EN MIDDELAAR

27 januari

Sint Antonius Abtkerk, Mook
radio

EXCELLENT CONCERTEN

23 februari

Museum het Ursulinenconvent, Eijsden
radio

VIVACE TRIO CHRISJTEIJN EIJSDEN

10 maart

Museum het Ursulinenconvent, Eijsden
radio

TEFAF TV

13 - 16 maart

MECC, Maastricht
tv

AD MOSAM

29 maart

Domani, Venlo
radio

OPUS 16

30 maart

Museum het Ursulinenconvent, Eijsden
radio

NIEUW AMSTERDAMS KLARINET KWARTET

31 maart

Kasteel Daelenbroeck, Herkenbosch
radio

SCIENCE - VERKLANKING: MUZIEK ONTMOET WETENSCHAP

7 april

Sint Janskerk, Maastricht
radio

KAMERMUZIEKCONCERT MOSA TRIO

14 april

Sint Antonius Abtkerk, Mook
radio

MOSA BRAS

19 mei

Museum het Ursulinenconvent, Eijsden
radio

TOMMY IN 'T PLAT HORST

25 mei

Mèrthal, Horst
radio



PROJECTEN



LIMBO TOP 100
30 mei
 Markt, Meerssen
 live tv | live radio | online

REUZEFIES 2019 "50 JAOR GIEG"
2 juni
 Maastricht
 live tv | online

PINKPOP
8 - 10 juni
 Megaland, Landgraaf
 tv | live radio | online

CHRISTIAAN MOOLENAARS, PUUR MUZIEK
9 juni
 Sint Janskerk, Maastricht
 radio

TIEËKEZINGE KIRCHROA
16 juni
 Kasteel Erenstein, Kerkrade
 tv | online

KINJER OLS
25 juni
 Sevenum
 tv | online

JERA ON AIR
27 - 29 juni
 Ysselsteyn
 online

ORGELFESTIVAL LIMBURG
28 juni
 St. Christoffelkathedraal, Roermond
 live radio

OUD LIMBURGS SCHUTTERSFEEST (OLS)
7 en 13 juli
 Sevenum
 live tv | live radio | online

BOSPOP
13 - 14 juli
 Weert
 online

SOLAR WEEKEND
1 - 4 augustus
 Maasplassen, Roermond
 online

ORLANDO FESTIVAL IMPRESSIE
3 augustus
 Rolduc, Kerkrade
 tv

SINT ROSA FESTIVAL
22 - 23 augustus
 Sittard
 tv

CULTURA NOVA
23 augustus - 1 september
 Heerlen
 live tv | live radio | online

MARLEEN RUTTEN IN CONCERT
24 augustus
 Sporthal 't Ligteveld, Neer
 tv | online

HET SJUN LIDJER KONKOER
1 september
 Centrum, Kerkrade
 radio

LAGE LANDENLIJST
14 september
 RivierPark Maasvallei, Kinrooi
 live radio

MUSICA SACRA
19 - 22 september
 Maastricht
 radio

TICKER TAPE PARADE BRUNSSUM
22 september
 Centrum, Brunssum
 live tv | online

AS ICH MER DANSE KIN
28 september
 De Muziekgieterij, Maastricht
 live tv | online

DE KORENDAGEN IN ROERMOND
5 oktober
 Theaterhotel De Oranjerie, Roermond
 radio

OKTOBERFEEST SITTARD
11 - 16 oktober
 Centrum, Sittard
 tv | live radio | online

TALENTENKRIEBELS
19 oktober
 Parkstad Theater, Heerlen
 tv

LBM CONCERTCONCOURSEN
20 en 27 oktober
 TheaterHotel De Oranjerie, Roermond
 live radio

HET LIMBURGS LEED
28 oktober
 Paradiso, Amsterdam
 online

FESTIVAL VOCALLIS
24 november
 Conservatorium Maastricht, Cellebroederskapel, Maastricht
 radio

VENLOSE KERSTNUMMERS
13 december
 Grenswerk Café, Venlo
 online

MAGISCHE KERST BIJ LI
21 december
 Mosae Forum, Maastricht
 live tv | live radio | online

BEN VERBONG DAG
22 december
 Heerlen
 tv

MAGISCH KERSTCONCERT MET BEPPIE EN MARTIN HURKENS
23 december
 Mosae Forum, Maastricht
 tv

KERSTSPECIAL ROUTE REGIO
24 december
 Toon Hermans Huis Parkstad, Heerlen
 live radio

KERSTSHOW SEF THISSEN
26 december
 De Maaspoort, Venlo
 tv



PROJECTEN

SPORT

L1 beschouwt sport als een van zijn kern-activiteiten. Zowel de professionele sport als de breedtesport krijgen ruime aandacht.



VENLOOP
31 maart
 Venlo
 tv | online

VOLTA LIMBURG CLASSIC
6 april
 Eijsden
 live tv | online

AVONDGASTEN:
TOUR DE LIMBOURG
18 april
 L1, Maastricht
 tv | online

AMSTEL GOLD RACE -
PLOEGENPRESENTATIE EN START,
WEDSTRIJD LIVE IN DE MIDDAG
21 april
 Vrijthof, Maastricht + diverse locaties,
 Zuid-Limburg
 live tv | live radio | online

STADSTRIATHLON WEERT
31 mei - 2 juni
 Weert
 online

LK LATJE TRAP 2019
5 zaterdagen in juni +
14 september (finale)
 Diverse locaties in Limburg +
 Covebo Stadion - De Koel -, Venlo
 tv | online

HAGO LIMBURGS MOOISTE
15 juni
 Heerlen
 live tv | online

ZLM TOUR 2019
22 - 23 juni
 Buchten-Landgraaf en
 Eindhoven-Tilburg
 live tv | online

VENLOSTORMT
24 juni
 Centrum, Venlo
 tv

TOUR DE LIMBOURG
5 juli - 28 juli
 Diverse locaties, Limburg
 live tv | online

ROERMOND CITY SWIM
31 augustus
 Roer en Maas, Roermond
 live tv | online

BOELS LADIES TOUR
3 september - 8 september
 Diverse locaties, Limburg en
 Nederland
 live tv

JUMPING INDOOR MAASTRICHT
8 - 10 november
 MECC, Maastricht
 live tv | live radio | online

L1 RADIO VOETBALDINER
19 december
 Kasteeltje Hattem, Roermond
 radio | online



PROJECTEN

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 FINALES
LIMBURGS VASTELAOVESLEEDJES KONKOER (LVK)**
10 - 12 januari
Muziekgieterij, Maastricht
tv | radio | online

MEDAMMECOUR ON TOUR
23 januari
Parkstad Limburg Theaters, Heerlen
tv | online

**BEKENDMAKING FINALISTEN
LIMBURGS VASTELAOVESLEEDJES KONKOER (LVK)**
2 februari
Bekendmaking op locaties
live radio | online

**FINALE
TIENER VASTELAOVEND KÓNKOER (TVK)**
9 februari
De Wetteling, Venray
tv | online

**FINALE
KINJER VASTELAOVEND LEEDJESFESTIVAL (KVL)**
10 februari
Cultureel Centrum Don Bosco, Heel
live tv | online

**PRESENTATIE KUNSTPOSTER
VASTELAOVEND IN LIMBURG 2019**
12 februari
Gouvernement, Maastricht
online

**FINALE
LIMBURGS VASTELAOVESLEEDJES KONKOER (LVK)**
15 februari
MECC, Maastricht
live tv | live radio | online

AFTERPARTY LVK WINNAAR
16 februari
Haelen
live radio | online

VASTELAOVENDGASTE
23 februari - 1 maart
Diverse locaties langs de Maas
live tv | online

TOP 1111
23 februari - 2 maart
L1, Maastricht en diverse locaties langs de Maas
live tv | live radio | online

KNOEVELEMINT
25 februari
Provinciehuis, Maastricht
tv | online



PROJECTEN



**VASTELAOVESCONCERT
PHILHARMONIE ZUIDNEDERLAND**
26 februari
Theater aan het Vrijthof, Maastricht
radio

**BRAND BEER
BOÈTEGEWOEËNE BOÈTEZITTING**
2 maart
Oude Markt, Venlo
live tv | live radio | online

SJTASIEFESTATIE
2 maart
Stationsplein, Roermond
live tv | online

GROËTE OPTÓCH HEËLE
3 maart
Centrum, Heerlen
live tv

GROËTEN OPTOCH
4 maart
Centrum, Venlo
tv

JROEËSE TSÓC
4 maart
Markt, Kerkrade
live tv | online

**DE SJÓNSTE VASTELAOVESWAGES
DOOR 'T SJMAALSTE SJTÖKSKE VAN NEDERLANDJ**
5 maart
Centrum, Susteren
live tv | online

GROEËTE GULPENER VASTELAOVES FINALE
5 maart
Markt, Gulpen
tv | live radio | online

HALF VASTEN OPTOCH OFFERE
30 maart
Centrum, Afferden
tv | online

EINZELGÄNGEROPTOCH
31 maart
Centrum, Geijsteren
live tv | online

DEIIEVANDEIIE
11 november
MECC, Maastricht
live tv | live radio | online

**BEKENDMAKING LVK 60
HALVE FINALISTEN 2020**
16 december
L1, Maastricht
live radio | online



SAMENWERKINGSPARTNERS

Veel projecten komen tot stand dankzij een goede samenwerking met partners. In 2019 werkten wij samen met onder andere:



- Always-Online Creative Projects
- Bisdom Roermond
- Blaasmuziek.tv
- Brand
- Buro Pinkpop
- Chapeau
- Cine Trias Nederland
- CineLOVA
- CineSud
- Conservatorium Maastricht
- Cultuurhuis Heerlen
- C.V. De Keieschieters
- C.V. De Rieste
- C.V. Gaarekiekere
- De Domijnen
- De Maaspoort Theater & Events
- Dinnissen Process Technology
- Export Sociëteit Limburg
- Extrema
- Eyewitness News
- Gemeente Beek
- Gemeente Beekdaelen
- Gemeente Beesel
- Gemeente Brunssum
- Gemeente Echt-Susteren
- Gemeente Eijsden-Margraten
- Gemeente Gennep
- Gemeente Gulpen-Wittern
- Gemeente Heerlen
- Gemeente Horst aan de Maas
- Gemeente Kerkrade
- Gemeente Landgraaf
- Gemeente Leudal
- Gemeente Maasgouw
- Gemeente Meerssen
- Gemeente Nederweert
- Gemeente Peel en Maas
- Gemeente Roermond
- Gemeente Schinnen
- Gemeente Simpelveld
- Gemeente Sittard-Geleen
- Gemeente Stein
- Gemeente Vaals
- Gemeente Valkenburg aan de Geul
- Gemeente Venlo
- Gemeente Venray
- Gemeente Voerendaal
- Gemeente Weert
- Gulpener
- Heëlesje Vastelaovendsvereniging De Winkbülle
- Health Foundation Limburg
- HM Event Company
- Huis voor de Kunsten
- Huis voor de Sport Limburg
- JIM Limburg bv
- Kirchröatsjer Vasteloavends Verain
- KRO-NCRV
- Limburgs Museum
- Limburgse Bond van Muziekgezelschappen
- LIOF
- LLTB
- Maastricht UMC+
- Marlstone Events & Entertainment
- Mediahuis Limburg
- Media Guide BV
- Meteo Limburg
- MKB-Limburg
- Moonen Movies
- NewMedia Corporation
- NOS Journaal
- NOS Evenementen
- NOS Studio Sport
- NTR
- OLS Federatie
- Omroep Brabant
- Omroep Gelderland
- Omroep MAX
- Omroep ML5
- Omroep Reindonk
- Omroep Venlo
- Omroep Zeeland
- Ondernemend Limburg
- Orange Media
- Organisatie ZLM Tour
- Parkstad Limburg Theaters
- Paul Versteegen Productions
- philharmonie zuidnederland
- Provincie Limburg
- Quadraad Media
- Raod veur 't Limburgs



PROJECTEN



- Rederij Stiphout
- Revi Music
- Rijkswaterstaat
- Roermond City Swim
- RTV Maastricht
- RTV Oost
- Ruud Lenssen Documentaires
- Schouwborg Venray
- Sef Thissen Music
- SeleVisie
- Sjtadsvastelaovesvereniging De Marotte Zitterd
- Stichting Amstel Gold Race
- Stichting Bospop
- Stichting Cultura Nova
- Stichting Chrisjteijn
- Stichting De Muziekgieterij
- Stichting Funpop
- Stichting Global Exploration
- Stichting Grand Ballon
- Stichting Half Vasten Optocht Offere
- Stichting Jera on Air
- Stichting Kinger Vastelaovend Leedjesfestival
- Stichting Limburg AlAaf
- Stichting Limburg Cycling
- Stichting Limburgs Vastelaovesleedjes Konkoer
- Stichting Limburgse Vereniging (van) Karnavals Artiesten
- Stichting Optoch Kommittee Zitterd
- Stichting Organisatiecomité Hel van het Mergelland
- Stichting Pinkpop
- Stichting Popmuziek Limburg
- Stichting Sjeng Kraft Kompenei
- Stichting Sjtasiefestasje Remunj
- Stichting Stadscomité B.B.Z.
- Stichting Stadstriathlon Weert
- Stichting Tiener Vastelaovend Konkoer
- Stichting Topsport Limburg
- Stichting TALENZ.NL
- Stichting Valkenburgse Evenementen Vrienden
- Stichting Video Power
- Streekomroep ZO-NWS
- Streektaalfunctionaris Drs. Ton van de Wijngaard
- Theater aan het Vrijthof
- TheaterHotel De Oranjerie
- Toneelgroep Maastricht
- The ENG Company
- Ummer d'r Neaver
- Universiteit Maastricht
- Vastelaovesvereniging De Windjbuujels
- V.V. de Rogstaekers
- Veldeke Limburg
- VIDM
- Voedselbanken Limburg
- VRT
- VVV-Venlo
- WDR Studio Aachen

KIRSTEN PAULUS /
Presentatrice L1 TV

‘L1 blijft zich steeds vernieuwen’



Kirsten Paulus is één van de vier presentatoren van het dagelijkse actualiteitenprogramma op tv: L1mburg Centraal. ‘Wij brengen Limburgse verhalen bij het nieuws van de dag en duiden wat nieuwe ontwikkelingen betekenen voor de Limburgers. L1mburg Centraal is geïntroduceerd in september 2018. In 2019 is het format aangescherpt en hebben we op technisch gebied allerlei verbeteringen doorgevoerd. Het programma heeft in anderhalf jaar tijd een goede positie opgebouwd in Limburg en is zo langzamerhand een geoliede machine geworden.’

We spreken Kirsten vlak nadat het kabinet in maart 2020 vergaande maatregelen nam om het coronavirus te bestrijden. ‘Juist nu bewijzen L1 en een programma als L1mburg Centraal hun toegevoegde waarde. Mensen hebben allerlei praktische vragen over wat er in hun provincie gebeurt. L1 is bij uitstek de zender die hierover goede, realistische en actuele informatie moet verstrekken. Niet door het nieuws te dramatiseren, maar ook niet door het te bagatelliseren. In L1mburg Centraal doen we dat met duiding, diepgang en dialoog.’

Kirsten werkt inmiddels ruim dertien jaar bij L1. Ze is altijd gebleven omdat L1 een frisse organisatie is gebleken. ‘L1 blijft niet hangen in wat er al is, maar vernieuwt zich steeds. Zo zijn in 2019 op de redactie nieuwe mensen ingestroomd. Zij beginnen de kansen om nieuwe initiatieven te nemen steeds beter te pakken. Zo blijft L1 in beweging en dat is nodig. Als je niet van verandering houdt, moet je hier niet werken.’



L1 Marketing & Sales

De reclameomzet van L1 was in 2019 iets hoger dan in 2018. Volgens commercieel directeur Emiel van der Wal een mooi resultaat in een jaar waarin de buitendienst gedurende negen maanden één van de vier media-adviseurs moest missen. En waarin de hoogste omzet nu online wordt behaald. Dat betekent meer klanten met per order lagere bedragen, maar dezelfde hoeveelheid werk als voor radio en tv. Toch blijft tv een belangrijker medium dan veel adverteerders geneigd zijn te denken.

RELATIEF DE HOOGSTE OMZET

'L1 behaalt, afgezet tegen het aantal inwoners, nog steeds de hoogste omzet van alle regionale publieke omroepen in Nederland. Onze eigen omzet was hoger dan in 2018, de landelijke omzet viel tegen. De omzet online steeg met 25%. Een steeds groter deel daarvan wordt behaald via de automatische verkoop van advertentieruimte door sales houses op real time veilingen. We werken inmiddels met zeven partijen samen en hebben in 2019 veel tijd besteed om onze technische infrastructuur voor deze verkoop op orde te krijgen.'

VERKOOP ÉN ADVIES

'Op de afdeling Marketing & Sales hebben we naast de media-adviseurs (buitendienst) speciale teams (vanuit marketing en binnendienst) ingericht die via telesales advertentie-oplossingen bieden aan kleinere adverteerders. De media-adviseurs in de buitendienst doen aan consulted selling. Zij gaan met onze grotere klanten in gesprek over hun communicatiebehoefte en adviseren over de oplossingen die hierin kunnen voorzien. Marketingadvies en verkoop gaan zo hand in hand. Onderdeel van onze boodschap is dat tv een geloofwaardig medium is en blijft om op te adverteren, meer dan menig adverteerder denkt. De tijd dat mensen lineair tv-kijken, is namelijk stabiel. Televisie wordt daarom steeds vaker gebruikt als aanjager van online en dat proberen we ook bij onze adverteerders te stimuleren.'

ZICHTBAARHEID

'We blijven werken aan de zichtbaarheid en profilering van L1 als hét medium met verreweg het grootste bereik in Limburg. In augustus 2019 zijn we op de merkcampagne 'Allerliefste Limburg' begonnen. Daaraan koppelen we boodschappen waarmee we mensen naar onze platforms leiden. Het is een campagne met een lange adem waarbij de kost voor de baat uit gaat.'



ADVERTENTIERUIMTE

'Sinds april 2019 hebben regionale publieke omroepen online meer ruimte om te adverteren, zo lang het maar significant minder is dan bij een commerciële partij. Onze technische systemen zijn hier nog niet op ingericht. In 2020 willen we de toegestane ruimte beter gaan benutten, uiteraard binnen de kaders van de Mediawet. Harde randvoorwaarde is dat reclame nooit de toegang tot de redactionele inhoud mag belemmeren.

COMPLEXER

'Vooral online adverteren wordt technisch steeds gecompliceerder. De media-adviseurs die een directe klantrelatie hebben kunnen de complexiteit uitleggen. We werken ook aan een selfservice module waarin adverteerders eenvoudig zelf banners kunnen ontwikkelen en plaatsen.

De groeiende complexiteit stelt ons voor de vraag of wij de noodzakelijke kennis hiervoor zelf in huis moeten hebben, of dat we onderdelen van het verkoopproces beter kunnen uitbesteden. Een proces dat we in de RTB-markt (real time biddens) met partners (saleshouses) al hebben ingezet.'

IN VOGELVLUCHT

- **Eigen reclameomzet hoger dan in 2018, maar lager dan ambities.**
- **Verkoop steeds meer hand in hand met marketingadvies.**
- **Start merkcampagne Allerliefste Limburg.**
- **Adverteren online wordt technisch gecompliceerder.**

INTERVIEW

RENÉ NAUS /
Marketingspecialist



‘Appelleren aan de liefde waarmee L1 programma’s maakt’

L1 heeft in 2019, samen met idee bv, een campagne opgezet om de zichtbaarheid in de provincie te verhogen. Dit moet bijdragen aan de verjonging van het publiek en de aantrekkelijkheid en herkenbaarheid van L1 voor adverteerders. René Naus vertelt waar het bij de campagne “Allerliefste Limburg” om draait. ‘Wij willen de Limburgers laten voelen dat wij vanuit liefde voor onze provincie programma’s en nieuws maken voor tv, radio en online. Een soort lofzang op Limburg, met de boodschap dat L1 vastlegt wat er allemaal in de provincie gebeurt.’

In de campagne wordt de aanhef “Allerliefste Limburg” aangevuld met slogans als “ik geniet van jouw geluid” of “ik vier jouw Vastelaovend”. ‘Die aanhef gebruiken we bij videoportretjes van mensen die samen een dwarsdoorsnede van de Limburgse bevolking tonen’, vertelt René.

‘We passen de slogans aan naar gelang het evenement, de periode van het jaar of onze programma’s en kanalen. Rond de kerst hebben we bijvoorbeeld de slogan “Allerliefste Limburg, ik voel je warmte in de donkere dagen” gevoerd. De boodschap brengen we op onze eigen platforms, maar bijvoorbeeld ook op banners bij evenementen, zuilen langs de snelweg of in bushokjes. Zo appelleren we aan de eigen identiteit van de Limburgers en koppelen we dat aan het kijken, luisteren en volgen van L1 en 1Limburg. Het is voor het eerst dat L1 een zo sterk op de Limburgse emotie gerichte campagne voert.’



Mediafaciliteiten

L1 is in 2019 doorgedaan met de medio 2018 ingezette vervangingsinvesteringen. Met nog een uitloop in 2020 is de organisatie op technisch gebied weer up-to-date. De invoering van de ondersteunende mediadesk voor de redactie bleek in 2019 een succes. Bijzonder waren de innovaties die twee freelancers intern ontwikkelden voor onder meer het snel converteren van video's. Voor Bert Lemmens, verantwoordelijk voor Mediafaciliteiten, reden om tevreden terug te kijken op een 'mooi en druk jaar'.

NEWSROOM

'In 2019 is de invoering van het Nimbus Newsroomsysteem afgerond. Met dit systeem verloopt het binnenkomen en verwerken van nieuws veel gestructureerder en efficiënter. Samen met de leverancier zijn we er in geslaagd alle aanpalende systemen te koppelen. Het is een verandering met een enorme impact op de organisatie. Dat gaat van de uitzendstraat tot het regelen van de workflow, inzetten van archiefbeelden en maken van agenda-afspraken. Het newsroomsysteem faciliteert dat we met dezelfde inspanning meer inhoud kunnen maken. Het is een mooi succes dat de invoering binnen een jaar is gelukt, inclusief het trainen van alle mensen die ermee moeten werken.'

INVESTERINGEN

'L1 is in 2019 doorgedaan met de noodzakelijke vervangingsinvesteringen, die tot medio 2018 in afwachting van de mogelijke fusie met Omroep Brabant waren blijven liggen. We leverden een op maat gebouwde nieuwe reportagewagen op voor concertregistraties en schaften drie ENG-camera's aan voor de registratie van evenementen, inclusief groothoeklenzen. We hadden er eerst vier, maar omdat we tegenwoordig meer met camjo-camera's werken, zijn drie ENG-camera's voldoende. Eveneens vervangen zijn de netwerk-switches, alle vaste telefoontoestellen, een groot aantal desktops en laptops, de telefoonvorken, de intercom in de uitzendstraat en een groot aantal mobiele telefoons. We hebben de overstap gemaakt van ISDN naar VoIP-telefonie in de cloud. Eind 2019 zijn de voorbereidingen gestart van de upgrade van de tv-regie en het vervangen van de audio-omgeving voor tv. Dat is een fors project; in 2020 volgt de radio-omgeving. Hierna zijn we op technisch gebied weer up-to-date.'



30



INTERNE INNOVATIE

'In 2019 bouwden twee freelancers van L1 zelf een product voor het converteren van video's van camjo-camera's. Met deze speed render gaat dat vijf tot tien keer zo snel. Dat is een enorme aanwinst voor ons bedrijf. Dezelfde freelancers hebben ook de automatisering van de nieuwe tv-quiz Kwizzele gebouwd. Daardoor kan dit programma nu in principe met twee personen worden gemaakt. Een goed voorbeeld van hoe je intern innovaties kunt ontwikkelen.'

MEDIADESK

'De in 2018 ingevoerde mediadesk is een groot succes gebleken. De 7 dagen per week aanwezige aparte facilitaire ondersteuning helpt de redactie bij technische zaken. De afdeling Mediafaciliteiten kan zich daardoor meer projectmatig concentreren op haar kerntaken, zoals in 2020 de introductie van het nieuwe aanbodkanaal L11 Alaaf. Zo slagen we er in de stabiliteit en continuïteit van de techniek binnen L1 steeds beter te borgen.'

IN VOGELVLUCHT

- **Invoering Nimbus Newsroom afgerond.**
- **Ondersteuning redactie door facilitaire mediadesk groot succes.**
- **L1 met nieuwe vervangingsinvesteringen bijna up-to-date.**
- **Eigen innovaties door L1-freelancers.**



MEDIAFACILITEITEN

INTERVIEW

PATRICK DUCHHART /
Informatieanalist

‘Meer tijd voor de inhoud en kwaliteit van het nieuws’



L1 begon eind 2018 met de introductie van een nieuw newsroomsysteem. In 2019 werd dit afgerond. Patrick Duchhart was er als informatieanalist nauw bij betrokken. Hij was en is eerste aanspreekpunt op technisch gebied voor onder meer de redactie en afdeling Marketing & Sales. Het nieuwe systeem is een grote verandering die zich geheel binnenskamers afspeelde, maar voor met name de redactie een grote verbetering met zich meebrengt. ‘Je moet de nieuwe newsroom zien als het centrale punt waar alle bronnen waarmee je nieuws kunt maken binnenkomen, van persberichten van organisaties tot ANP-nieuwsberichten, video’s en audioberichten’, legt Patrick uit. ‘Vanuit dit punt kunnen de bronnen makkelijk worden verwerkt en uitgewaaid over de platforms van L1. Voorheen waren er aparte systemen voor tv, radio en online. Dan kostte het meer tijd en moeite om berichten die bijvoorbeeld bij tv waren binnengekomen ook te verwerken tot een newsitem online. Nu functioneert de newsroom als het hart van onze totale nieuwsvoorziening.’

Alhoewel het publiek van deze verandering niets merkt, zullen de kijkers, luisteraars en volgers er uiteindelijk wel profijt van hebben, verwacht Patrick. ‘Hoe makkelijker de verwerking van nieuws verloopt, hoe minder tijd de redacteuren daarmee kwijt zijn, hoe meer tijd ze kunnen besteden aan de inhoud en kwaliteit van het nieuws. Het is mooi om te merken hoe de organisatie van L1 deze verandering heeft omarmd en hoe soepel het inmiddels werkt.’



De mensen van L1

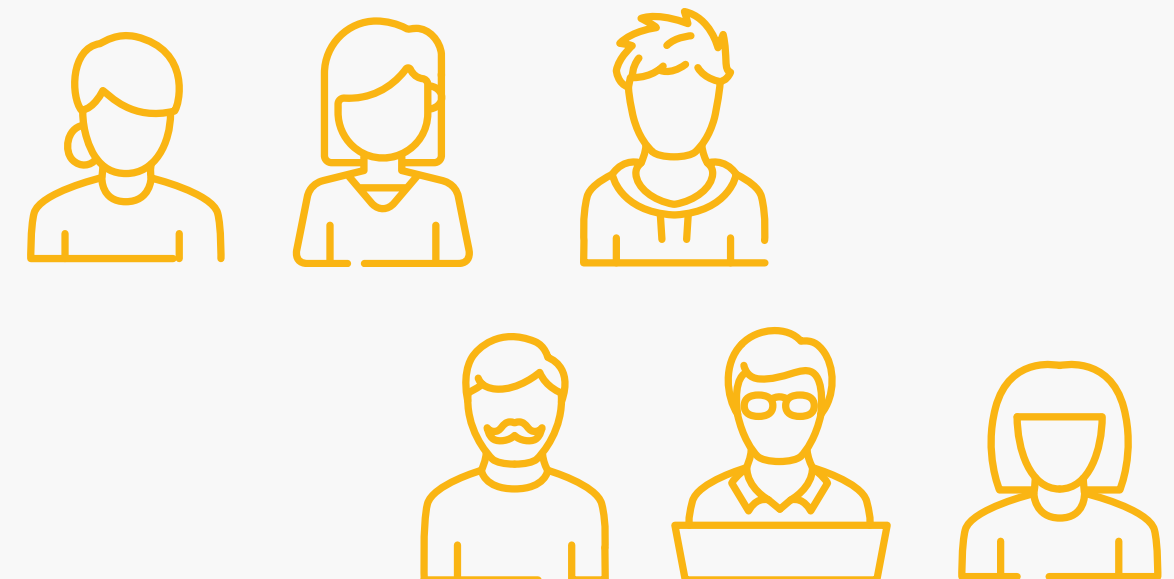
Eind 2019 waren er 103 medewerkers in dienst van L1. Het aantal fte's steeg, het aantal freelancers daalde. De medewerkers van L1 werken aan de inhoud van programma's, de mobiele platforms, het werven van adverteerders en de (technische) facilitering van de organisatie. HR-manager Fabiënne Rousch kijkt terug op een jaar waarin zij weer meer ruimte kreeg en nam voor mooie nieuwe initiatieven.

IN- EN UITSTROOM

'L1 heeft in 2019 een aantal mensen die hier al jaren rondliepen als freelancer in dienst genomen. Dat past beter bij hun (nieuwe) taak bij L1. Hierdoor stroomden 18 mensen in op de loonlijst. Er stroomden acht mensen uit. Dit ging helaas gepaard met een verlies aan ervaring. Het is lastig dit binnen de organisatie of met nieuwe mensen op te vangen. We gaan hiervoor in 2020 meer aandacht besteden aan trainen en opleiden. Daarmee binden we mensen aan ons, blijven we ze boeien en leren ze sneller werken met nieuwe technieken.'

ZIEKTEVERZUIM

'Het ziekteverzuim lag in 2019 hoger dan ons doel van maximaal 3,5%. We hadden gedurende het hele jaar vier langdurig zieken. Dit veroorzaakt al 4% ziekteverzuim. Het vak van journalist brengt het voortdurend werken tegen deadlines met zich mee. Voor wie moeilijk de eigen grenzen kan bewaken, kan dit op termijn te belastend worden. Wij zouden onze langdurig zieken graag helpen bij het vinden van een oplossing om bij L1 bevredigend en zinvol werk te blijven doen. Lastig is dat we hierbij volledig afhankelijk zijn van hun medewerking. En door de aangescherpte privacywetgeving mag de bedrijfsarts geen informatie met ons delen.'





RISICO-INVENTARISATIE

‘Wij zijn op grond van de Arbowet verplicht eens in de vijf jaar een risico-inventarisatie uit te voeren. In 2019 hebben we het technische deel daarvan uitgevoerd. Het gaat dan bijvoorbeeld om obstakels in het gebouw die een risico opleveren voor het personeel. De inventarisatie heeft een aantal verbeterpunten opgeleverd. Deze worden, zo snel als dat mogelijk is, opgelost. De inventarisatie van het welzijn van de medewerkers hebben we uitgesteld.’

INITIATIEVEN NEMEN

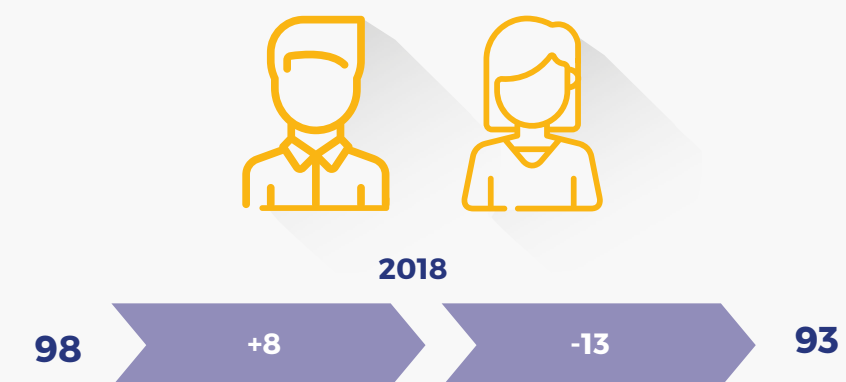
‘We hebben in 2019 gemerkt dat de medewerkers van L1 weer meer initiatieven nemen en vrijer durven te denken. De donkere wolk van een onzekere toekomst, die lang boven de organisatie heeft gehangen, is verdwenen. De lucht is opgeklaard en de werksfeer en collegialiteit zijn verbeterd. Ook de gesprekken met de Ondernemingsraad zijn van toon veranderd. Dit alles stimuleert de productiviteit en creativiteit bij medewerkers. Zo is weer ruimte ontstaan voor mooie nieuwe ontwikkelingen bij L1.’

IN VOGELVLUCHT

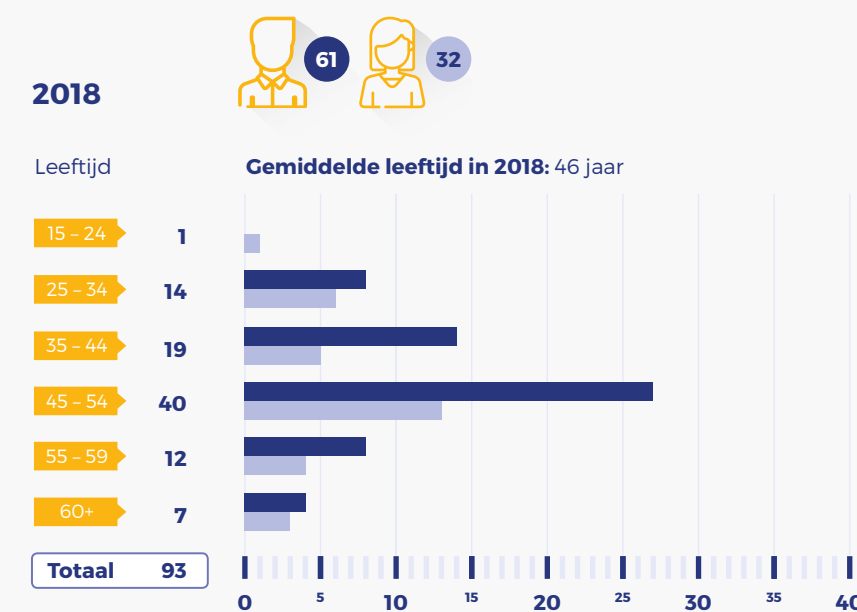
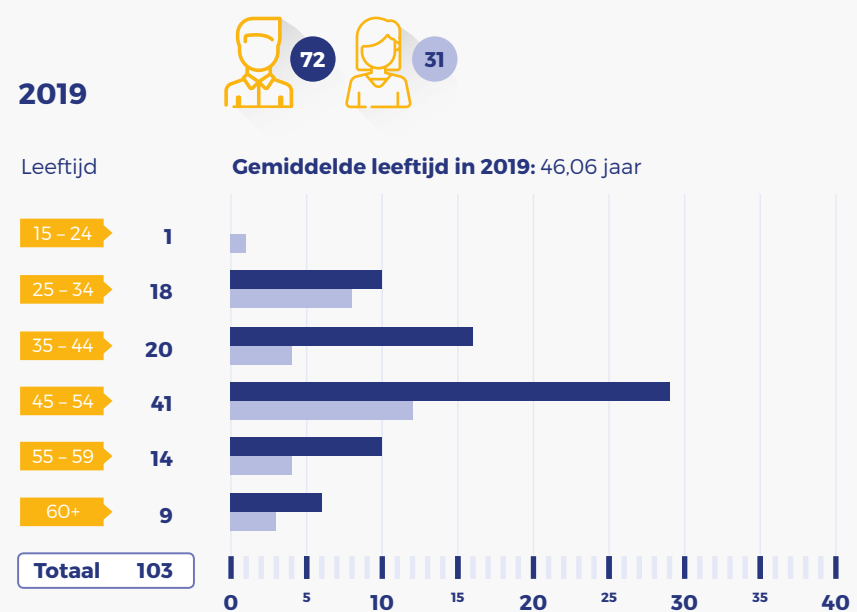
- **Instroom 18 medewerkers, uitstroom 8 medewerkers.**
- **Eind 2019 103 medewerkers in dienst van L1 (90 vast, 13 tijdelijk).**
- **Aantal fte's gestegen van 84,1 naar 91,8.**
- **Bij L1 werkten eind 2019 72 mannen en 31 vrouwen.**
- **Gemiddelde leeftijd medewerkers 46 jaar.**
- **Tien stagiaires in 2019, geen werkervaringsplaatsen.**
- **Ziekteverzuim gestegen van 4,84% in 2018 naar 5,61% in 2019.**
- **Één kandidaat spoor 2 te werk gesteld.**
- **Invoering reparatie derde jaar in WW.**
- **Uitvoering technische risico-inventarisatie.**
- **Aansluiting op online cursusplatform Studytube gecontinueerd.**
- **Deelname aan pilot Slimmer Werken van Zuid-Limburg Bereikbaar gecontinueerd.**
- **Samen met andere regionale omroepen kaders gesteld voor nieuw beoordelingssysteem omroepmedewerkers. Pilot volgt in 2020.**



MUTATIES PERSONEELSBESTAND



OPBOUW PERSONEELSBESTAND





ZIEKTEVERZUIM GEGEVENS

exclusief zwangerschapsverlof


Verzuimpercentage

Gemiddelde duur

in dagen

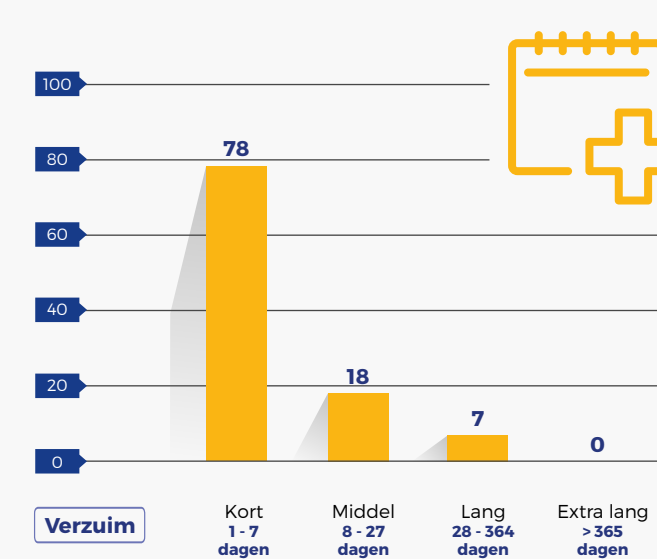
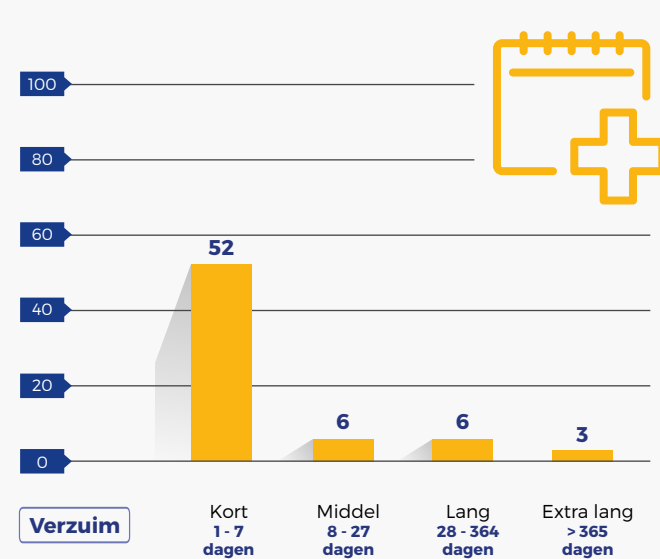
Meldingsfrequentie

aantal meldingen gedeeld
door totaal aantal medewerkers

	2019	2018
		
Verzuimpercentage	5,61%	4,84%
Gemiddelde duur in dagen	24,64	9,61
Meldingsfrequentie	0,78	1,31

ZIEKTEVERZUIM AANTALLEN

exclusief zwangerschapsverlof





Verslag Ondernemingsraad (OR)

VOORWOORD

In dit jaarverslag wil de OR verantwoording afleggen over de uitgevoerde taken, de behaalde resultaten en de daartoe gemaakte kosten. Het zal geen uitputtend overzicht zijn, maar een opsomming van de belangrijkste onderwerpen.

SAMENSTELLING ONDERNEMINGSRAAD

In december 2018 stelden zich acht medewerkers kandidaat voor de OR-verkiezing. De uitslag van die verkiezing was als volgt:

- Dave Christophe
- Rudi Ebbinge
- Marcel Ermers
- Mia Frederiks
- Joyce Hamers
- Jolien Linssen
- Lody Trepels

Door het vertrek van Lody ontstond er een vacature. Deze werd ingevuld door Wendy Vluggen. Zij had zich tijdens de laatste verkiezing kandidaat gesteld voor de OR en had daarmee recht op het invullen van deze plek.

Na het vertrek van Joyce werd er op intranet een oproep geplaatst voor nieuwe leden. Afhankelijk van het aantal reacties zou er een verkiezing georganiseerd worden. Door het uitblijven van reacties op de oproep werd dit de nieuwe samenstelling:

- Marcel Ermers, voorzitter
- Rudi Ebbinge, vice-voorzitter
- Jolien Linssen, secretaris
- Dave Christophe, lid
- Mia Frederiks, lid
- Wendy Vluggen, lid

In oktober kreeg Wendy elders een vaste aanstelling en moest zij de OR te verlaten. Dat bracht de bezetting van de OR op 5 leden. Het was, kortom, een roerig eerste jaar.

DAGELIJKS BESTUUR

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

OVERLEGGEN

De OR heeft in 2019 tien keer intern vergaderd. Ook was er tien keer een zogeheten overlegvergadering met operationeel directeur Bert Lemmens, als bestuurder de gesprekspartner van de OR.



BEVOEGDHEDEN

Op basis van de Wet op de Ondernemingsraden (WOR) heeft de ondernemingsraad een aantal rechten en plichten. Er zijn in 2019 stukken behandeld in het kader van het adviesrecht (artikel 25/WOR) en het instemmingsrecht (artikel 27/WOR).

In 2019 kreeg de ondernemingsraad van L1 meerdere zaken voorgelegd, waaronder een nieuwe "Procedure Werving en Selectie" en de oprichting van een "Gezamenlijk Regionaal Online Expertise- & Innovatiecentrum" (GROE&I).

Het belangrijkste onderwerp was de invulling van de topstructuur op initiatief van de nieuwe Raad van Commissarissen (RvC).

De OR heeft het hele proces zeer kritisch gevolgd. Op 23 december 2019 heeft de OR zowel de Evaluatie topstructuur L1 ontvangen, alsook de adviesaanvraag voor de invulling van de nieuwe topstructuur. De OR stond niet achter het plan om een openbare werving te starten voor twee nieuwe bestuurders, en vertegenwoordigde daarmee nagenoeg de hele achterban. In 2020 gaat de OR verder met het bepleiten van een andere invulling van de topstructuur; namelijk het behouden van de twee huidige bestuurders.

CONVENANT

Naast de toegestane faciliteiten die de wet aangeeft, kan de OR samen met de bestuurder een aantal nadere afspraken maken. Deze afspraken zijn vervat in het OR-convenant 2019-2021.

URENBESTEDING

Het OR-werk wordt gezien als regulier werk. In het convenant zijn afspraken vastgelegd over onder meer de tijdsbesteding aan het OR-werk. Zo is voor de voorzitter extra tijd beschikbaar voor de werkzaamheden.

De OR-leden hebben recht op 4 uur per week, welke besteed worden aan OR-werkzaamheden. Die dagen worden verdeeld over vergaderingen en voorbereidingen over voorliggende onderwerpen dan wel bezigheden in het kader van het communicatiebeleid van de OR. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het raadplegen van de achterban.

TRAINING

De (nieuwe) OR heeft begin 2019 een basistraining gevolgd, gegeven door adviseur Jaap Jongejan van Borboleta BV. Hij is ook diverse malen geraadpleegd naar aanleiding van vragen over de invulling van de nieuwe topstructuur door de RvC.

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

De OR heeft in 2019 twee keer een nieuwsbrief verstuurd, 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 freelancers.

De OR heeft er in 2019, vanwege de actualiteit van bepaalde zaken, ook vaker voor gekozen om direct via intranet mededelingen te publiceren. Deze zijn ook via de mail naar alle medewerkers en freelancers verstuurd.

REDACTIERAAD

In 2019 is vier keer informeel 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. De overleggen staan gepland voorafgaand aan de interne vergadering van de OR.



'Prima jaar voor L1'

De Raad van Commissarissen kijkt terug op een jaar waarin er veel gebeurde bij L1. Voorzitter Hans Coppus is blij met de ruimte die binnen de organisatie weer is ontstaan nu de onduidelijkheid over de toekomst is verdwenen. Het leidt tot nieuwe initiatieven waaraan de vele betrokken en bevlogen medewerkers van L1 graag meewerken.

GOVERNANCE

'Met het ineenschuiven van L1 en Stichting Omroep Limburg is de basis gelegd voor de nieuwe governance structuur van L1. De Raad dankt het bestuur en voorzitter Joep Hahn van Stichting Omroep Limburg voor hun goede inzet hierbij. Mede dankzij hen heeft L1 een roerige periode achter zich kunnen laten. In 2020 ronden we de vernieuwing van de governance structuur af.'

NIEUWE ONTWIKKELINGEN

'Bijzonder was het positieve bezoek van minister Arie Slob aan L1 in januari 2019. Daarnaast zijn er met instemming van de Raad enkele nieuwe ontwikkelingen in gang gezet. L1 is begonnen met het opstellen van een strategie voor de komende jaren en de opzet van een KPI-rapportage. Met de Kritische Prestatie-Indicatoren gaat L1 beschikken over tijdige en adequate sturingsinformatie. Verder zijn we blij met de samenwerking van regionale omroepen in GROE&I. De subsidie die hiermee los kwam, maakt innovaties mogelijk waarvoor L1 in haar eentje nooit de noodzakelijke investeringen had kunnen opbrengen. Daarbij zit L1 als lid van het dagelijks bestuur dicht bij het vuur.'

EFFICIËNTER

'Ontwikkelingen zoals GROE&I en het werken met KPI's bieden L1 nieuwe kansen om nog efficiënter te gaan werken. Dat vindt ook de Raad van groot belang. Elke euro die kan worden bespaard op niet-primaire zaken kan worden gestoken in het aantrekken van journalisten en/of maken van beter nieuws en betere reportages en programma's. Dan is L1 nog beter in staat haar kerntaken uit te voeren.'

DE RAAD VAN COMMISSARISSEN IN 2019

dhr. J.T. Coppus (voorzitter)
mw. M. Depondt-Olivers
dhr. R. Willms

De Raad van Commissarissen van L1 kwam in 2019 zes maal bijeen, in aanwezigheid van de twee bestuurders van L1, de heren E. van der Wal en B. Lemmens. Bij de eerste twee vergaderingen waren tevens de heren E. Kalnenek en L. Pluymen van accountskantoor Q-concepts als gast aanwezig. De Raad voerde verder regelmatig afzonderlijk overleg met de directie en Ondernemingsraad van L1. Terugkerende onderwerpen tijdens de overleggen en vergaderingen waren de financiële resultaten van L1, de reclameomzetten, de brief van minister Arie Slob over de toekomst van de regionale publieke omroep, het traject om te komen tot een nieuwe strategie van L1 en het daarbij passend strategisch document, de deelname van L1 aan de VOF GROE&I, het behoud van senioriteit op met name de redactie en de topstructuur van L1. Meer in het algemeen heeft de Raad in 2019 veel aandacht besteed aan de compliance van L1 aan de wet- en regelgeving op het gebied van governance.

De Raad 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 2019 ingezet. De RvC dankt hen dan ook zeer voor hun inspanningen en creativiteit.




**HOOFD- EN NEVENFUNCTIES
BESTUUR EN RAAD VAN COMMISSARISSEN**
De heer J.T. Coppus

Directeur-eigenaar Stijdalon B.V. (bezoldigd)

- Lid Raad van Toezicht Coöperatie Cohesie U.A. (bezoldigd)

Mevrouw M. Depondt - Olivers

Directeur-eigenaar Depondt Consultancy (bezoldigd)

- Lid Klachtencommissie Branchecode Goed Bestuur MBO (bezoldigd)
- Voorzitter Raad van Toezicht Stichting Maastricht Marketing (onbezoldigd) (tot 01-11-2019)
- Lid Raad van Toezicht Stichting Samenwerkende VVV's Limburg (onbezoldigd) (tot 01-11-2019)
- Lid Raad van Toezicht Stichting MosaLira (bezoldigd)
- Lid Provinciale Staten van Limburg (bezoldigd)
- Lid bestuur Stichting CDA fractie Provinciale Staten Limburg (onbezoldigd)

De heer R. Willms

Directeur Business Improvement APG (bezoldigd)

- Geen overige nevenfuncties

ALGEMENE INFO

Naam	m/v	functie	geb. datum	Benoemd van - tot	Herbenoembaar
J.T. Coppus	m	voorzitter	11-10-1967	01-01-2019 – 31-12-2023	ja
M. Depondt - Olivers	v	lid	11-08-1961	01-01-2019 – 31-12-2023	ja
R. Willms	m	lid	09-05-1975	01-01-2019 – 31-12-2023	ja

* Vanaf 1 juli 2019 als commissarissen bij Stichting Omroep Limburg



Geconsolideerde balans

per 31 december 2019

ACTIVA	2019	2018	PASSIVA	2019	2018
Vaste activa			Eigen vermogen		
Immateriële vaste activa	50.535	71.243	Geplaatst kapitaal	0	0
Materiële vaste activa			Agioreserve	0	0
Bedrijfsgebouwen en terreinen	2.397.560	2.735.949	Reserve voor media-aanbod	604.972	593.976
Inventaris en inrichting	25.591	79.216	Overige reserves	6.883.852	6.976.866
Andere vaste bedrijfsmiddelen	2.043.474	1.949.202			
	4.466.625	4.764.367		7.488.824	7.570.842
Financiële vaste activa			Voorzieningen		
Deelnemingen	15.000	15.000	Voor pensioenen	206.971	219.101
Overige	0	0	Overige	221.039	210.973
	15.000	15.000		428.010	430.074
	4.532.160	4.850.610	Kortlopende schulden		
Vlottende activa			Schulden aan leveranciers	1.582.018	1.364.388
Vorderingen			Belastingen en premies soc. verz.	684.600	511.707
Handelsdebiteuren	519.850	688.356	Overige schulden	648.679	719.793
Belastingen en premies soc. verz.	319.468	444.036	Overlopende passiva	95.757	92.622
Overige vorderingen	78.159	116.929			
Overlopende activa	1.037.700	926.071		3.011.054	2.688.510
	1.955.177	2.175.352			
	4.440.551	3.663.464	Totaal passiva	10.927.888	10.689.426
Liquide middelen					
	6.395.728	5.838.816			
Totaal activa	10.927.888	10.689.426			





GECONSOLIDEERDE EXPLOITATIEREKENING

over de periode 2019

Baten

Media-aanbod:

- OCW-bijdrage
- Overige subsidies
- Reclamebaten

Programmagebonden eigen bijdragen:

- Sponsorbijdragen
- Bijdragen van overige derden
- Opbrengst nevenactiviteiten
- Opbrengst stichtingsactiviteiten
- Overige bedrijfsopbrengsten
- Barteringbaten

Som der bedrijfsopbrengsten

Lasten

- Lonen en salarissen
- Sociale lasten
- Afschrijvingen
- Bijzondere waardevermindering van activa
- Directe productiekosten
 - Facilitaire kosten
 - Technische productiekosten media
 - Overige productiekosten media
 - Reclame
- Overige bedrijfslasten
 - PR en Promotie
 - Huisvestingslasten
 - Overige algemene lasten
- Barteringlasten

Totaal lasten

Bedrijfsresultaat

	2019	2018
Baten		
Media-aanbod:		
– OCW-bijdrage	11.638.308	11.321.272
– Overige subsidies	-	-
– Reclamebaten	1.398.172	1.581.814
Programmagebonden eigen bijdragen:		
– Sponsorbijdragen	275.942	260.094
– Bijdragen van overige derden	299.951	278.812
Opbrengst nevenactiviteiten	18.119	21.554
Opbrengst stichtingsactiviteiten	-	-
Overige bedrijfsopbrengsten	600.193	489.429
Barteringbaten	273.370	281.389
Som der bedrijfsopbrengsten	14.504.055	14.234.364
Lasten		
Lonen en salarissen	5.453.834	5.268.263
Sociale lasten	1.385.821	1.337.626
Afschrijvingen	959.280	888.166
Bijzondere waardevermindering van activa	-	-
Directe productiekosten		
– Facilitaire kosten	294.036	293.275
– Technische productiekosten media	701.361	584.836
– Overige productiekosten media	3.201.876	3.149.109
– Reclame	191.921	216.599
Overige bedrijfslasten		
– PR en Promotie	329.513	284.783
– Huisvestingslasten	328.443	351.117
– Overige algemene lasten	1.376.884	1.372.708
Barteringlasten	273.570	281.189
Totaal lasten	14.496.539	14.027.671
Bedrijfsresultaat	7.516	206.693




Bedrijfsresultaat

Opbrengst van vorderingen die tot de activa behoren	-	-
Rentebaten en inkomsten uit beleggingen	3.480	2.459
Waardeverandering van vorderingen die tot de vaste activa behoren	-	-
Gerealiseerde waardeverandering van beleggingen resp. effecten	-	-
Ongerealiseerde waardeverandering van beleggingen resp. effecten	-	-
Ongerealiseerde waardeverandering van Materiële vaste activa	-	-
Rentelasten en soortgelijke kosten (-/-)	-	-

Som der financiële baten en lasten
Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen
 Belastingen resultaat uit gewone Bedrijfsuitoefening

Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening na belastingen
 Over te dragen reserve voor media-aanbod

Exploitatieresultaat na overdracht

 FTE gemiddeld
 FTE ultimo

	2019	2018
Bedrijfsresultaat	7.516	206.693
Opbrengst van vorderingen die tot de activa behoren	-	-
Rentebaten en inkomsten uit beleggingen	3.480	2.459
Waardeverandering van vorderingen die tot de vaste activa behoren	-	-
Gerealiseerde waardeverandering van beleggingen resp. effecten	-	-
Ongerealiseerde waardeverandering van beleggingen resp. effecten	-	-
Ongerealiseerde waardeverandering van Materiële vaste activa	-	-
Rentelasten en soortgelijke kosten (-/-)	-	-
Som der financiële baten en lasten	3.480	2.459
Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen	10.996	209.152
Belastingen resultaat uit gewone Bedrijfsuitoefening	0	2.828
Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening na belastingen	10.996	206.324
Over te dragen reserve voor media-aanbod	-	-
Exploitatieresultaat na overdracht	10.996	206.324
FTE gemiddeld	88,07	87,49
FTE ultimo	91,87	84,15



Toelichting op de geconsolideerde exploitatierekening 2019

BATEN

De productievergoedingen die via Stichting Omroep Limburg worden ontvangen, komen van het ministerie van OCW via het Commissariaat voor de Media. Deze middelen zijn in 2019 geïndexeerd met 2,40%. De vergoedingen worden toebedeeld aan zowel radio als tv. De toedeling is gebaseerd op de daadwerkelijke inzet van de middelen. Dit resulteert in 2019 in een bijdrage van 23% aan radio en 77% aan tv. De stijging van de totale bruto omzet met 1,9% komt voor rekening van de gestegen OCW-bijdrage en de toename van de overige bedrijfsopbrengsten die hoofdzakelijk bestaat uit een toename van de online omzet in 2019.

Een nadere toelichting van de omzetten laat het volgende beeld zien.

- De reclameomzet bij de radio is na de daling in 2018 in het boekjaar 2019 verder afgenomen. Dit komt volledig voor rekening van de landelijke reclameomzet bij radio; de regionale omzet is in 2019 gestegen. Per saldo daalde de totale reclameomzet bij radio, na aftrek van provisies, met bijna 7%.
- De reclameomzet bij de radio is na de daling in 2018 voorgegaan bij tv. Dat geldt zowel voor de regionale als voor de landelijke reclameomzet. Per saldo is de totale reclameomzet bij tv gedaald met ruim 6%.
- De sponsorbijdragen zijn in 2019 met 6% gestegen.
- In 2018 was er een grote daling van bijdragen van overige derden als gevolg van het opheffen van het Mediafonds door de rijksoverheid. In 2019 zien we hier weer een stijging van bijna 8%.
- Na de stijging van de online omzet in 2018 van bijna 28% zien we in 2019 een verdere stijging met 24%. De online omzet maakt deel uit van de overige bedrijfsopbrengsten.
- Bij de barteromzet is een daling met 3% zichtbaar. Dezelfde daling doet zich ook voor bij de barterkosten.





LASTEN

De som der bedrijfslasten liet in 2018 een daling zien van ruim € 1.700.000,- ten opzichte van 2017. Deze daling was deels het gevolg van de in 2015 gevormde reorganisatievoorziening, waaraan in 2017 nog € 146.320 gedoteerd was, een aantal eenmalige meevallers in 2018, doorgevoerde bezuinigingen en lagere productiekosten omdat er na de opheffing daarvan geen bijdragen van het Mediafonds meer mogelijk waren. In 2019 verliep de bedrijfsvoering regulier, zonder grote eenmalige gebeurtenissen. Ten opzichte van 2018 stegen de bedrijfslasten met bijna € 470.000,-. Dit wordt hieronder toegelicht.

De stijging van de personeelskosten en sociale lasten voor vast personeel is het gevolg van de toename van het gemiddelde aantal fte's van 87,49 naar 88,07, een eenmalige uitkering ter compensatie van het uitblijven van een nieuwe cao-overeenkomst, de toekenning van periodieken binnen het loongebouw, gewijzigde percentages premieheffing en enkele incidentele eenmalige uitkeringen. Daarnaast was in 2018 een kleine vrijval van de reorganisatievoorziening aan de orde.

Na een aantal jaren met een behoudend investeringsbeleid zijn vervangings- en uitbreidingsinvesteringen noodzakelijk geworden. Vanaf 2018 nemen de investeringen weer toe waardoor de afschrijvingskosten zijn gestegen.

De directe productiekosten daalden in 2018 ten opzichte van 2017, mede door de opheffing van het Mediafonds en in 2018 ingevoerde technische aanpassingen. In 2019 was dit niet meer aan de orde en stegen de directe productiekosten. De kosten vloeien deels voort uit de circa honderd projecten die L1 jaarlijks uitvoert. Hier is sprake van een reguliere prijsstijging, waarbij een deel van de kosten afhankelijk is van de locatie van evenementen en de wijze van uitvoering van projecten. Deze kosten worden deels gedekt uit de eigen op de begroting opgenomen middelen. Daarnaast boren we jaarlijks, via diverse bijdragen van derden, middelen aan buiten de reguliere begrotingsposten, binnen de marges van de mediawet.

De overige bedrijfslasten zijn licht gestegen als gevolg van de merkcampagne in 2019.

Beide BV's die vennootschapsbelastingplichtig zijn, te weten Omroepbedrijf Limburg BV en Televisiebedrijf Limburg BV, maken in 2019 fiscaal verlies waardoor verrekenbare verliezen toenemen of worden opgebouwd. Over het boekjaar 2019 is geen vennootschapsbelasting verschuldigd of te ontvangen.



**L1
JAARVERSLAG
2019**

L1

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

NEVENVESTIGING

Nedinscopein 9 (bij Omroep Venlo)
5912 AP Venlo

**Stichting
Omroep Limburg**

Ambyerstraat-Zuid 77b
6226 AW Maastricht
T. 043 - 850 60 00
omroep limburg.nl

VORMGEVING:

UNKNOWNdesigners // maastricht