

# Nieuwe

# start!

Jaarverslag 2022



Limburg





Afgelopen juli mocht ik beginnen als receptioniste bij L1. Wat voelde dat als een warm bad na 7 jaar gewerkt te hebben in een stressvolle baan als assistent-bewindvoerder. Ik genoot meteen van de sfeer, van de lieve en leuke collega's om me heen. En ik geniet nu nog altijd! Elke keer als ik moet werken voelt het weer een beetje als thuiskomen, net zoals je na een vakantie het bord "De Limburgers heten u welkom" ziet en L1 weer op de radio bereikbaar is. En ik hoop dat ik nog lang bij L1 mag blijven "thuiskomen".

**Anja Nicolai-Peeters**  
Receptioniste/telefoniste



'Vechten voor die ene bijzondere quote voor L1'

16



'De online ontwikkelingen gaan razendsnel, ook in de omroepwereld'

28

'Nog nooit kreeg ik zoveel reacties op een programma'

42

'Vastelaovend ontplofte vanwege spontane carnavalsfeesten. L1 was er als vanouds bij'



46



- Visie en missie - 4
- Bestuur - 6
- Raad van Commissarissen - 8
- Mediaraad - 10
- Ondernemingsraad - 12
- Hoofredactie - 16
- L1 TV - 20
- L1 Evenementen - 22
- L1 Radio - 26
- L1 Online - 28
- Mediafaciliteiten - 30
- Bereikcijfers - 34
- Marketing & Sales - 38
- Human Resources - 44
- Financiële resultaten - 50
- Dankwoord - 54



Een nieuwe start, daar staat L1 op dit moment voor. Met de aanstelling van een geheel nieuwe Raad van Commissarissen, een nieuwe Ondernemingsraad, Branko Eijssen als directeur en Cécile Narinx als nieuwe hoofdredacteur kijken we vol goede moed naar de toekomst, die veel voor ons in petto heeft. Zo werken we aan de mooiste journalistieke en culturele media-producten van Limburg. Voor alle Limburgers.

Dit jaarverslag blikt terug op het jaar 2022, waarin L1 de Limburgers heeft geïnformeerd, vermaakt en verbonden middels al haar mediaproducten en -kanalen. Dat resulteerde in mooie programma's, goede bereikcijfers, tevreden medewerkers en de hoogste gerealiseerde commerciële omzet van de afgelopen vijf jaar. Dat allemaal met als doel om te voldoen aan onze missie; onmisbaar zijn voor iedereen die in Limburg is geïnteresseerd. Lees er alles over in dit jaarverslag, veel leesplezier!



## De missie

L1 wil onmisbaar zijn voor iedereen die in Limburg is geïnteresseerd. Gebruikers van L1-media worden op de hoogte gehouden van het regionale nieuws, met als trefwoorden actueel, dichtbij, onafhankelijk, betrouwbaar en maatschappelijk relevant.

Met een sterke regionale journalistiek dragen we bij aan een gezonde democratische samenleving, middels duiding, diepgang en dialoog. Even belangrijk is dat L1 als cultuurdrager actief bijdraagt aan het in stand houden en vormgeven van de Limburgse identiteit, waaronder streektaal.

Om onze verbindende rol in de samenleving optimaal waar te kunnen maken, is het onze ambitie om in Limburg de media-instelling te zijn met het hoogste totaalbereik.

## De visie

We kiezen voor een gedifferentieerd kanalenbeleid. De verschuiving van de nieuwsconsumptie van de traditionele kanalen radio en tv naar online zal verder doorzetten. Content on demand, 'mobiel' en sociale media-platforms blijven de drie dominante trends.

Voor het verspreiden van nieuws 24/7 ligt onze prioriteit bij online-verslaggeving, in tekst, beeld en audio. De kanalen radio en tv zullen ook nieuws brengen, maar deze kanalen functioneren meer en meer als Limburgse cultuurdrager in de vorm van (live) uitzendingen van evenementen. Liefde voor Limburg is de beste verwoording voor onze dagelijkse betrokkenheid en empathie, zonder daarbij onze journalistiek controlerende taak te verliezen.

Wij zoeken tevens naar mogelijkheden voor verspreiding van ons media-aanbod via partnerships en/of door het delen van aanbod met andere media. Hoe groter het bereik van ons aanbod, hoe geslaagder onze missie.



# Grote en positieve stappen naar de toekomst

## Overgang

In de geschiedenisboeken zullen we later lezen dat 2022 het jaar was waarin we bijna geruisloos overgingen van een wereldwijde coronapandemie naar de oorlog in Oekraïne. Met enorme economische gevolgen voor ons allemaal: dalende koopkracht, stijgende inflatie en hoge energiekosten. Het leidde er uiteindelijk toe dat alle landelijke en regionale publieke omroepen in november gezamenlijk besloten hun gewaardeerde medewerkers een eenmalige compensatie te geven.

## Turbulentie tot stilstand

Zo'n jaar was het dus. Een dat voor velen aanvoelde als het inwisselen van de ene crisis voor de andere, met alle bijbehorende emoties. Bij LI is de turbulentie in 2022 tot stilstand gebracht. De Ondernemingskamer rondde in juni het onderzoek naar de bestuurscrisis af, waardoor dat boek werd gesloten. Bestuurder Job van der Have, benoemd door de Ondernemingskamer, was in 2021 al begonnen met het aanpassen van de organisatie en het terugbrengen van stabiliteit.

Na zijn vertrek heeft interimdirecteur Harro Coumans die opgaande lijn doorgetrokken, onder toezicht van de nieuwe Raad van Commissarissen die op 22 juni van start is gegaan.

## Vooruitkijken

Bij mijn aantreden in september trof ik een organisatie die vooruit wil en die een dikke streep wenst te zetten onder het verleden. Dat is, na een lange periode van interne onrust, uiteraard makkelijker gezegd dan gedaan. Om die reden is het goed dat een extern bureau ons begeleidt bij het verbeteren van de cultuur en het gewenste gedrag binnen LI. Het leidt tot meer bewustwording, stimuleert de veranderingsbereidheid en draagt bij aan een gezonde feedbackcultuur. Onontbeerlijk binnen een mediaorganisatie, die zijn publieke taak op een kwalitatief inhoudelijke manier dient uit te oefenen.

## Eerlijke feedback

De uitgangspunten die alle medewerkers samen met het externe bureau hebben geformuleerd laten wat dat betreft niks aan duidelijk te wensen over. Een van de belangrijkste conclusies: 'open en eerlijke feedback, in alle richtingen, in een sfeer van veiligheid en vertrouwen.' Om daar te komen, hebben we tijd nodig en is er een belangrijke taak weggelegd voor alle leidinggevendenden (MT en redactiechefs- en coördinatoren) die medewerkers vertrouwen en verantwoordelijkheid moeten geven om te excelleren. Zij vervullen daarin een voorbeeldrol.

## Grote stappen

In 2022 zijn er wederom grote en positieve stappen gezet. Het leukste bedrijf van Limburg, de beste regionale omroep van Nederland: het is mijn streven om LI niet alleen in rustiger vaarwater te brengen de komende tijd, maar dat ook te koppelen aan een uitgesproken ambitie. Sinds september heb ik de tijd genomen om zoveel mogelijk mensen te leren kennen en vooral goed te luisteren. Het is prettig om te merken dat ik niet de enige ben die persoonlijke aspiraties expliciet maakt en uitkijkt naar een 'nieuwe start'.

## Branko Eijssen

Bestuurder Stichting Omroep Limburg

## Journalistiek die raakt

De redactie heeft zich in 2022 weer van haar allerbeste kant laten zien. De dood van Gino van der Straeten ging als een schok door het land. De vermissing van de 9-jarige jongen en de dagenlange zoektochten raakten heel Limburg. Ook voor alle betrokkenen bij LI was dit een zeer emotionele gebeurtenis. Onze verslaggevers deden dagenlang op zeer professionele wijze verslag van de zaak. Ook als het moeilijk wordt, staan wij er. Met goede journalistiek die raakt.

## Trots

Ook won LI weer een van de Regiohelden Awards, de jaarlijkse prijzen voor de beste producties van de dertien regionale omroepen. Dit keer in de categorie 'De uitvinder' voor het beste innovatieve journalistieke project. LI Radio bleef in 2022 de best beluisterde zender in Limburg, na NPO Radio 2. De marktleider behaalde 24,1%. Wij eindigden als tweede met 13,7% marktaandeel en Qmusic volgde op ruime afstand. Prachtige cijfers waar we erg trots op zijn.

## Resultaten

Nog meer mooie cijfers kwamen van onze afdeling marketing en sales. Na een aantal moeilijke jaren met dalende omzetten, mede vanwege de coronapandemie, werd in 2022 weer een forse stijgende lijn gevonden met een toename van 22% meer reclameopbrengsten ten opzichte van 2021. LI is commercieel gezien een van de best presterende omroepen van Nederland. Ook in 2022 werd LI geconfronteerd met het laatste staartje buitengewone lasten als gevolg van de procedure bij de Ondernemingskamer. Uiteindelijk werd een positief resultaat geboekt. Wij hebben er vertrouwen in dat we onze goede liquiditeitspositie de komende jaren behouden.

## Toekomst

Op de redactie wordt het kanalenbeleid verder vormgegeven. De focus ligt sterker op online, maar het belang van radio en tv wordt niet verwaarloosd. Via deze 'oude' kanalen worden nog altijd veel mensen bereikt. Het ingezette doel om in 2022 minimaal tot een financieel break even resultaat te komen is gerealiseerd en in 2023 zetten wij wederom in op een kleine winst. In de begroting voor 2023 hebben we voor een bedrag van € 1.500.000,- aan investeringen opgenomen, waarmee verantwoord geschoven wordt als dat nodig is voor de liquiditeiten. De ontstane vacatures worden ingevuld, waardoor de bezetting weer op peil komt.

## Prachtige kansen

Het jaar dat voor ons ligt biedt prachtige kansen. Voor het eerst in drie decennia krijgen we een nieuwe hoofdredacteur. Cécile Narinx is per 1 maart 2023 Leo Hauben opgevolgd. Dat zal op veel vlakken een dynamiek veroorzaken, waarbij iedereen wordt uitgedaagd het beste van zichzelf te laten zien en open te staan voor nieuwe uitdagingen en inzichten. We scheppen duidelijkheid in onze positionering (LI/Limburg), zodat we weer een strategisch plan kunnen maken. We zoeken nadrukkelijk de samenwerking op met organisaties die ons inhoudelijk kunnen versterken. Na een aantal jaren gaan we ook weer rondleidingen geven en zetten we in op succesvolle arbeidsmarktcommunicatie. We blijven hiermee invulling geven aan ons sterke imago.

## Warm welkom

Vanaf de eerste dag heb ik mij zeer welkom gevoeld bij LI. Een dynamische organisatie waar passie, vakkenis en saamhorigheid hand in hand gaan. Net als ambitie en werkplezier. Dat moet altijd het streven zijn. We praten met elkaar, niet over elkaar. En alles wat we doen, doen we met open vizier. Met trots gaan we voor het beste resultaat.

## Functie en nevenfuncties bestuur

### Branko Eijssen (1977)

Bestuurder Stichting Omroep Limburg vanaf 5 september 2022 tot heden.

• Geen nevenfuncties

### Harro Coumans (1945)

Bestuurder Stichting Omroep Limburg vanaf 22 juni 2022 tot 5 september 2022.

• Geen nevenfuncties

### Job van der Have (1953)

Bestuurder Stichting Omroep Limburg vanaf 26 april 2021 tot 22 juni 2022.

• Voorzitter Raad van Toezicht Stichting Wakker Dier (onbezoldigd)  
• Voorzitter bestuur Stichting Albron (bezoldigd)



# Een hele nieuwe raad

## De nieuwe start

In 2022 zette L1 een streep onder een turbulente periode. De Ondernemingskamer rondde het onderzoek naar de interne onrust af, waardoor de ingevlogen functionarissen Barbara van Hussen en Job van der Have definitief konden terugtreden. De nieuwe Raad van Commissarissen maakte zijn entree bij L1, per 22 juni. De zeer ervaren Harro Coumans (voormalig hoofdredacteur, directeur en commissaris bij L1) fungeerde als interim-directeur/bestuurder totdat een nieuwe directeur zou aantreden.

## Doelstelling RvC

De nieuwe RvC heeft een duidelijke doelstelling: L1 weer in rustig vaarwater brengen, zodat er alle ruimte ontstaat voor zijn ambitie en tevens voor persoonlijke ontwikkeling van mensen. Wij onderschrijven dat L1 een saamhorige familie is met een groot hart voor Limburg. Zo'n organisatie verdient het om vooruit te kunnen kijken en zijn talenten volop in te zetten, eerst en vooral met kwaliteitsjournalistiek op kritische én innovatieve wijze.

## Nieuwe directeur

In samenwerking met De Vroedt & Thierry, en na een positief advies van de OR, rondde de RvC na zijn aantreden de zoektocht naar een nieuwe directeur snel en succesvol af. Op 5 september startte Branko Eijssen als statutair bestuurder van Stichting Omroep Limburg en directeur van het daaronder opererende omroepbedrijf L1. In de eerste maanden na zijn aantreden hebben wij direct al ervaren dat Branko met een open en verbindende leiderschapsstijl zaken doortastend aanpakt, waardoor mensen weer vertrouwen krijgen in het bedrijf. Wij

zijn ervan overtuigd dat hij met zijn visie en enthousiasme L1 zowel organisatorisch als inhoudelijk naar een hoger niveau tilt.

## Strategisch plan

Door allerlei omstandigheden heeft L1 al jaren geen strategisch plan meer opgesteld. De directeur/bestuurder zal, samen met het MT en met input vanuit de hele organisatie en externe stakeholders, zorgen voor een langetermijnvisie, waarbij duidelijk wordt welke rol en positie L1 inneemt in dit snel veranderende mediaveld, uiteraard met oog voor de

Limburgse maatschappelijke context. Zowel medewerkers als externe stakeholders hebben behoefte aan deze visie.

## Cultuurtraject

Het cultuurtraject, eind 2021 al ingezet door de toenmalige interim directeur Job van der Have, volgen wij met grote belangstelling. Het gaat de organisatie helpen bij het aangaan en oppakken van alle kleine en grote (strategische) uitdagingen die er zeker nog gaan komen. Een extern bedrijf ondersteunt ons bij het verbeteren van cultuur en gedrag binnen L1. Alle medewerkers zijn hierbij betrokken, waarbij er extra aandacht is voor het leidinggevend kader, zij functioneren immers als rolmodellen.

## Financiën

Ook in 2022 werd L1 geconfronteerd met buitengewone lasten als gevolg van de procedure bij de Ondernemingskamer. Gelukkig ligt die periode nu achter ons en kan L1 in 2023 weer vooruit zonder deze buitengewone lasten. Los van deze lasten kijkt L1 terug op een prima jaar. Niet in het minst door de inzet van het marketing en salesteam dat uitstekende reclameopbrengsten realiseerde. De stijgende inflatie en energiekosten zorgden voor hoofdbrekens bij alle omroepen, maar natuurlijk zeker ook bij de medewerkers. Zij ontvingen een tegemoetkoming van € 750 bruto. Het betrof een eenmalige uitkering. L1 eindigde met een positief resultaat en een goede liquiditeitspositie.

## Redactionele koers

Na ruim 30 jaar sluit Leo Hauben zijn loopbaan als hoofdredacteur in het voorjaar van 2023 af. Hij blijft als journalist behouden voor L1. Cécile Narinx is vanaf 1 maart 2023 het nieuwe boegbeeld van de redactie. Na een intensieve selectieprocedure is zij benoemd als nieuwe hoofdredacteur. Wij hebben er alle vertrouwen in dat zij een stevige redactionele koers zal varen, waardoor L1 met sterke regionale journalistiek kan bijdragen aan zijn publieke taak.

## Trots

Kortom, er is ontzettend veel om trots op te zijn. De bereikcijfers van radio, tv en online zijn nog steeds uitstekend. Dat L1 in 2022 met de Regioheld Award (de jaarlijkse prijzen voor de beste producties van de regionale omroepen) voor het beste innovatieve journalistieke project won, zegt alles over de kracht van de organisatie. Een organisatie die zich tijdens de vele evenementen na corona van zijn beste kant liet zien als cultuurdrager in Limburg. Wij kijken daarom enorm uit naar alles wat komen gaat.

**Diana Monissen**  
Voorzitter Raad van Commissarissen



## Functie en nevenfuncties Raad van Commissarissen

### Diana Monissen (1955)

- Voorzitter RvC, Stichting Omroep Limburg, van 22 juni 2022 tot heden (bezoldigd)
- Board of directors Cofinimmo (raad van commissarissen) bezoldigd
- Voorzitter van ROM Utrecht (bezoldigd)
- Lid Supervisory Board Bergman Clinics (bezoldigd)
- Voorzitter RHG groep (bezoldigd), tot 14 december 2022
- HIVOS voorzitter supervisory council (bezoldigd, onkostenvergoeding)
- Lid bestuur Maggies Groningen (onbezoldigd)
- Lid geweest van bestuur van zeldzame ziektes (onbezoldigd), tot oktober 2022

### Jacqueline Smit (1964)

- Lid RvC, Stichting Omroep Limburg, van 22 juni 2022 tot heden (bezoldigd)
- RVB VAR Onderdeel van de VRT bezoldigd
- RVB VRT bezoldigd
- Voorzichter Stichting ReNature onbezoldigd
- Voorzitter Bestuur Esprix onbezoldigd
- Eigenaar RockportInk bezoldigd (waarbinnen opdrachten voor 3Rivers Consultancy en NGL International Executive Coaching)
- Raad van Advies SeederdeBoer bezoldigd

### Maurits Duijnste (1967)

- Lid RvC, Stichting Omroep Limburg, van 22 juni 2022 tot heden (bezoldigd)
- Partner Axeco (bezoldigd)
- Non executive board member Verbrugge Terminals (bezoldigd)
- Member advisory board Boels (bezoldigd)
- Lid Bestuur Stichting Amsterdam City Swim (onbezoldigd)

### Barbara van Hussen (1971)

- Voorzitter RvC, Stichting Omroep Limburg, vanaf april 2021 tot 22 juni 2022.
- Partner (advocaat) JB Law (bezoldigd)
- Lid RvT Koninklijke Vezet B.V. (bezoldigd)
- Lid bestuur Stichting Continuïteit Ahold Delhaize (bezoldigd)
- Lid RvT Beter Bed Holding N.V. (bezoldigd)
- Voorzitter RvT Stichting Het Potentieel Pakken (onbezoldigd)
- Lid bestuur Stichting Erasmus Trustfonds (onbezoldigd)
- Lid bestuur de Volkskrant (bezoldigd)



# Stevig fundament voor een sterke organisatie

*De mediaraad is verheugd dat er na een aantal bewogen jaren weer rust is in de organisatie en de toekomst met vertrouwen tegemoet gezien kan worden. We zijn trots dat de programmering altijd op een prima niveau is gebleven.*

**Luc Verburgh**  
Voorzitter mediaraad LI



De mediaraad

## Conform wettelijke taak

Ook het afgelopen jaar wisselden wij weer met de hoofdredacteur van gedachten over het media-aanbod voor televisie, radio en online om daarbij ook media-aanbodbeleid voor LI conform onze wettelijke taak vast te stellen. In dat kader spraken wij uitgebreid over de ontwikkeling op het gebied van online en de belangstelling van de verschillende doelgroepen van lezers, luisteraars en kijkers.

## Actief luisteren en kijken

Daarnaast gaven wij binnen de mediaraad invulling aan het zelf actief luisteren en kijken naar programma's van LI om daarmee een beeld te kunnen vormen óf en in welke mate invulling wordt gegeven aan dit beleid. De mediaraad is verheugd ook nu weer te kunnen vaststellen dat dit het geval is.

## Beleidsuitgangspunten zichtbaar

De beleidsuitgangspunten van ons Mediabeleid zijn zichtbaar in de keuzes die door de redactie van LI gemaakt zijn. Naast bovenstaande primaire taak, vulden wij onze adviserende rol in het kader van benoeming van de nieuwe Raad van Commissarissen en de nieuwe hoofdredacteur in. We zijn verheugd te kunnen constateren dat er weer een stevig fundament ligt voor een sterke organisatie.

*De leden van de mediaraad van LI vormen samen een afspiegeling van de Limburgse samenleving. Door vanuit verschillende invalshoeken mee te denken, helpen ze LI het media-aanbod goed af te stemmen op onze mooie provincie.*

**Marieke Käller**  
Beleidssecretaris Mediaraad



# Begin 2022

## wisselde de OR van samenstelling

De OR kwam terecht in het staartje van de onrustige fase bij LI. De procedure bij de Ondernemingskamer liep de eerste helft van 2022 namelijk nog. Er werd een nieuwe Raad van Commissarissen gezocht en, na de aanstelling van de nieuwe RvC, een nieuwe directeur/bestuurder. Vanwege de afronding van de procedure bij de Ondernemingskamer en de verschillende wervingen kwam de OR ook in 2022 vaker bij elkaar dan gebruikelijk. De OR overlegt eens in de 6 weken met de bestuurder, zo nodig vaker. In 2022 werd deze rol door drie verschillende personen vervuld: Job van der Have vanuit de Ondernemingskamer, interim-bestuurder Harro Coumans en per 5 september Branko Eijssen.

De OR is blij met de komst van de nieuwe Raad van Commissarissen, en Branko Eijssen als directeur. Er is in 2022 veel gesproken over een cultuuromslag binnen LI. In de ogen van de OR passen hiernaast staande benoemingen goed binnen de gewenste open, transparante, enthousiaste en betrokken cultuur.

2022 staat wat de OR betreft in het teken van een nieuwe start. Met de nieuwe Raad van Commissarissen, nieuwe directeur en nieuwe leidinggevenden op de verschillende afdelingen kan er een punt gezet worden achter een aantal bewogen jaren. Daardoor kunnen we ons in 2023 volop richten op de toekomst van LI.

*In 2022 trad ik toe tot de Ondernemingsraad. Ik vind het namelijk belangrijk dat er óók iemand van de commerciële afdeling betrokken is. Het kan ons veel opleveren als de afdelingen onderling meer samenwerken, en dan niet alleen in commerciële zin. Een kritische blik van een ander laat je anders kijken naar je eigen vakgebied en verruimt je kennis. Win-win! Samen kunnen we verder groeien.*

**Lieke Schnackers**  
Medewerker commerciële binnendienst + OR-lid

**Fabienne Nijsten**  
Voorzitter OR



De OR van 2022 bestond uit:

**Voorzitter**

Fabienne Nijsten

**Vice-voorzitter**

Demian Geven

**Secretaris**

Alexander Dekkers

**Leden**

Kevin Derks

Jacqueline Houben

Frank Ruber

Lieke Schnackers







### Tour de France Femmes

Samen met cameraman Tom Reinders door Frankrijk crossen tijdens Tour de France Femmes was heel speciaal. Niet alleen omdat het de allereerste volwaardige editie ooit was voor de vrouwen, maar ook omdat ik bij iedere etappe met mijn neus vooraan stond. Rensters die nipt verloren, rensters die wonnen en in huilen uitbarstten. En dat allemaal voor onze camera. Als kind keek ik alle etappes van de Tour de France, zelfs de meest saaie. Als de rest van de gezinsleden allang waren afgehaakt, zag ik in mijn eentje Miguel Indurain winnen. En nu, vele jaren later, sta ik zelf tussen de internationale pers te wachten op een interview met de winnares. Het vrouwenwielrennen heeft de laatste jaren een enorme ontwikkeling doorgemaakt, net zoals ikzelf. Van kijken vanaf de bank, naar brutaal vechten voor een plaatsje bij de finishlijn in Frankrijk voor die ene bijzondere quote voor LI.

#### Kim Langeslag

Samensteller redacteur / verslaggever  
Kernredacteur sport



# Wendbare redactie

We leven in een veranderende samenleving met maatschappelijke tegenstellingen die in 2022 leidden tot spanningen en toenemende polarisatie. De burger wordt beïnvloed door sociale media, internetbubbels en bewust misleidende of onjuiste informatie. Hoe ga je hiermee om als redactie?



Bij die vraag stonden we nadrukkelijk stil in het verslagjaar. Wie denkt de toekomst te kunnen voorspellen overschat zichzelf. Het is veel belangrijker de redactie zo te organiseren dat je snel kunt inspelen op veranderende behoeften van het publiek. Wendbaarheid is cruciaal.

## Nieuwe redactiestructuur

In april is de nieuwe redactiestructuur geïntroduceerd. Daarbij is een splitsing gemaakt tussen leidinggevenden die verantwoordelijk zijn voor het binnenhalen van nieuws en informatie en leidinggevenden die zorgen voor een optimale distributie van de vele, mooie inhoud die we produceren.

De drie chefs voor nieuws, cultuur en sport zorgen voor een optimale aanvoer, de coördinatoren televisie, radio, online en ondersteuning staan voor het zo goed mogelijk 'uitserveren'. Met die nieuwe structuur, die ons wendbaar maakt om snel in te spelen op veranderingen, gaan we de toekomst met vertrouwen tegemoet. Indachtig de uitspraak: Content is king, distribution is queen. And she wears the pants.

## Social Media Team

Ook nieuw in 2022 was de oprichting van ons Social Media Team (SMT). Als publieke media-instelling willen we zijn waar ons (potentiële) publiek is. Facebook, Instagram, Twitter en TikTok zijn stuk voor stuk platforms waar we Limburgers kunnen treffen.

Voor het SMT geldt: het Limburgse nieuws bekijken met een onlinebril. Dat kan heel anders dan dat het op tv gebeurt, maar de inhoud staat niet ter discussie. We zijn een journalistiek medium en Limburgs nieuws – in de breedste zin van het woord – is corebusiness. Dat geldt ook voor cultuur- en sportnieuws. Bij benadering en keuze van onderwerpen gaan we ook bij de socials uit van onze publieke waarden, zoals onafhankelijk, betrouwbaar, divers, en maatschappelijk relevant (impactvol).

## Journalistieke Alliantie

LI heeft in het verslagjaar samen met de twaalf andere regionale publieke media-instellingen (rpmi's) de Journalistieke Alliantie met de NOS ondertekend. We willen gezamenlijke journalistieke waarden vastleggen en uitdragen om tot verdere kwaliteitsverbetering van de nieuwsvoorziening bij alle partners te komen. En dus meer kwaliteit voor het publiek.

De rpmi's zitten in de haarvaten van hun eigen regio's, op ooghoogte met het publiek. Die kwaliteit nemen we mee naar de samenwerking met de NOS, de grootste onafhankelijke journalistieke redactie van Nederland, waar juist andere sectoren van de journalistiek sterk ontwikkeld zijn. We versterken elkaar en vullen elkaar aan. De optelsom leidt tot een toekomstbestendige binnenlandse nieuwsvoorziening.

We willen journalistiek gezien meer oog hebben voor dieperliggende oorzaken en trends dan voor incidentele gevolgen of belangen. Met als doel dat het brede publiek zich beter herkent in ons werk. Met zo'n aanpak stimuleren we het vertrouwen in de journalistiek.

## Cultuurdragerschap

Met een sterke regionale journalistiek dragen we bij aan een gezonde democratische samenleving. Even belangrijk is dat LI als cultuurdrager actief bijdraagt aan het in stand houden en vormgeven van de Limburgse identiteit, waaronder streektaal. Ook in het verslagjaar maakten we talloze programma's op radio en tv die een bijdrage leverden aan de identiteit van Limburg en de Limburgers.

## Leo Hauben

Hoofredacteur LI

*Liefde voor Limburg is de beste verwoording voor onze dagelijkse betrokkenheid en empathie, zonder daarbij onze journalistiek controlerende taak te verliezen.*

Leo Hauben



# L1 TV, Radio en online





# Creatief innoveren

L1 TV wil onmisbaar zijn voor iedereen die in Limburg geïnteresseerd is.

Daarom timmeren wij elke dag hard aan de weg om niet alleen vandaag maar ook morgen relevant te zijn.

Zo maakten wij in 2022 tal van nieuwe en spraakmakende programma's. Denk bijvoorbeeld aan 'Weet wat je vergeet'. In dit programma konden gezonde mensen levensecht de gevolgen van dementie ervaren, door middel van hypnose. Of Het Jaaroverzicht, waarin we terugblikten op de lockdowns die vlak voor de Vastelaovend verdwenen tot de boerenprotesten, van

Koningsdag in Maastricht tot de gemeenteraadsverkiezingen en van de droogte tot Gino.

### Om naar (uit) te kijken

Ook in 2023 zitten wij niet stil: Cultuurcafé – de tv-versie van ons bekende radioprogramma – is vanaf maart maandelijks te zien op L1 TV. Onze rol als cultuurdrager wordt hiermee op tv nog sterker gemaakt. In het voorjaar wordt 'Fris!' voor het eerst uitgezonden; een educatieve talkshow voor en door jongeren met spellen en toffe

*Als graficus creëer je het sausje over een tv-format. Onze opdracht is het aanvoelen van het format en de doelgroep, en dat visueel vertalen naar een grafische laag die de samenhang geeft voor de uitstraling van een programma.*

**Maikel Lammen**  
Grafisch vormgever

gasten. Ook ons dagelijks nieuwsmagazine gaat op de schop. In het najaar zal het huidige 'Limburg Centraal' in een nieuw en eigentijds jasje gestoken worden.

### Nieuw DNA en doorontwikkeling

Momenteel werken onze regisseurs en grafici op de achtergrond aan het creëren van een nieuw, duidelijk en onderscheidend DNA voor de zender L1.

April 2023 gaat 'Óngerwaeg' het tiende seizoen in. Voor een televisieprogramma extreem lang. Net als 'Postbus 31' op de radio is 'Óngerwaeg' hét podium voor de bijzonder gewone, gewoon bijzondere Limburger. Verhalen die nog nooit op een groot podium zijn verteld. Herkenbaar, grappig, emotioneel, uit het leven gegrepen. Door die factoren is 'Óngerwaeg' voor, maar ook van de Limburgers. Dat maakt van 'Óngerwaeg' een sterkhouder voor L1. En tijdens de donkere dagen voor Kerst mag ik namens ons mediabedrijf Limburgers die het moeilijk hebben óf altijd voor een ander klaar staan, een heerlijk diner aanbieden. Dan ben ik trots op L1.

**Bas van der Zwaan**  
Redacteur / verslaggever / presentator

Van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat zal dit DNA te voelen zijn in promo's, idents en nieuwe programma's. Daarnaast is het doorontwikkelen van programma's een van onze speerpunten. Een programma of evenement kan wel goed zijn, maar waar kan het beter? Creatieve innovatie blijft, zeker in deze tijd, ontzettend belangrijk!

**Rob Ritzen**  
Coördinator televisie

### Óngerwaeg



### Hoogwater, een jaar later



### Koningsdag



*Als verslaggever had ik tijdens Koningsdag direct contact met Koning Willem-Alexander en Koningin Máxima, een kort maar mooi gesprek op vijf meter afstand. Het was een voorrecht om vanuit de persvakken verslag te mogen doen van deze bijzondere dag.*

**Ruud van Broekhoven**  
Verslaggever



# 2022 begon zoals 2021 eindigde.



**Bjorn en Mieke op het LVK**

## Sport

Voor de sportredactie van L1 was het kalenderjaar 2022 enerverend als altijd, met veel afwisseling, live programma's en bijdragen voor alle kanalen. We willen de Limburgse sport het liefst zo crossmediaal mogelijk bij ons publiek brengen. Dagelijks te zien in 'Limburgs Centraal', vijf dagen per week op een vast moment te horen in 'Routeregio' en meerdere malen per dag op de sportpagina's van 1Limburg bieden we de sport en sporters uit onze provincie diverse platformen.

In ons autosportprogramma 'Pitlane' belichten Sem Caelen en Xavier Maassen de prestaties van Max Verstappen in de Formule 1. En, sinds september, bespreekt

Corona had ons nog flink in de greep, geen enkel project was zeker en voor ieder plan moesten er meerdere varianten bedacht worden. Gelatenheid maakte zich meester van ons team.

Tot vrijdag 18 februari plots alle beperkende maatregelen opgeheven werden en er onverhoopt een LVK-finale met publiek plaats kon vinden. De sfeer was gezet, iedereen vloog er met vernieuwde zin in.

## Voorzichtige vastelaovend

Vastelaovend verliep nog met de handrem op. Het was te kort dag om groot(s) uit te pakken. De Brand Bier Boète(gen)-gewoeëne Boètezitting, die eigenlijk een binnenzitting was, werd een groot succes. Maar behalve de Einzelgängeroptocht tijdens halfvasten viel er nog niet veel te vieren. Maar "wat neet is, det kin nog kome" zong Herriemenie Miserabel en vanaf het voorjaar leek het alsof corona nooit had bestaan.

## Druk programma

We hadden de gemeenteraadsverkiezingen, het wielenseizoen met o.a. Volta Limburg Classic en Amstel Gold Race kwam op gang en de koninklijke familie bezocht (eindelijk) Maastricht op Koningsdag. We reikten Limburgse Poprijzen uit in het vernieuwde poppodium Nieuwe NOR in Heerlen en maakten samen met Pop in Limburg twee nieuwe series van Het Voorprogramma.

Bas van Mulken op maandagavond met verschillende gasten de staat van het Limburgse voetbal in onze talkshow 'Tafel Voetbal'. Vanaf het voorjaar komt daar de wielerefocus bij en met uitzendingen rondom Volta Limburg Classic, Amstel Gold Race, ZLM Tour én Simac Ladies Tour zit je bij L1 vooraan als het gaat om de wielersport. Voeg daar de eerste, succesvolle editie van Tour de 'Limbourg Femmes' aan toe en we kunnen stellen dat ook het sportteam van L1, bestaande uit zes vaste krachten en zeven freelancers, topprestaties levert om L1 in de Champions League van regionale omroepen te houden.

**Jelle Kleinen**  
Chef Sport

## Bomvol muziek en cultuur

Na 25 jaar werd de Limbo Top 100 omgedoopt tot Limburgse 100 en ontwikkelden we speciaal voor deze nieuwe star twee themaprogramma's over de Limburgse muziekcultuur.

In snel tempo volgden een aantal bekende projecten zoals Tieëkezinge Kirchroa, Cultura Nova, OLS, Pinkpop, Bospop, ZLM Tour, Mega Sing Along, Musica Sacra, Oktoberfeest en de 11de van de 11de.

## Bijzondere nieuwkomers

Maar er waren ook nieuwkomers op onze evenementenkalender. Voor het eerst sinds enkele decennia werd weer een Tour de France voor vrouwen georganiseerd. Met vier Limburgse deelnemers en drie Limburgse ploegen had onze provincie een flinke inbreng en dat was voldoende reden voor L1 om de mannen links te laten liggen en volop de kaart van de dames te trekken in de programmaserie 'Tour de Limbourg Femmes'. Negen dagen lang brachten we live verslag vanuit het hart van de tour. En in de tuinen van Château St. Gerlach ontvingen Maurice de Heus en Vera Koedooder de crème de la crème van de wielerswereld.

In samenwerking met Stichting Fonds voor Sociale Instellingen ontwikkelde muzikant Frank Steijns samen met L1 het tweedelige muzikaal theaterspektakel 'Rendez-vous' waarin we jonge Limburgse musici van de meest uiteenlopende aard en wereldster André Rieu en zijn Maastrichts Salon Orkest ontmoetten.

*Daar sta je dan weer tussen een bulk feestende mensen alsof covid er nooit is geweest.*

**Sanne van de Leur**  
Producer



**OLS**

## Volta Limburg Classic



## Terugkijken én vooruitblikken

We stonden ook stil bij de trieste verjaardag van de watersnood die onze provincie trof. Vanuit het centrum van Valkenburg blikten we uitgebreid terug op deze gebeurtenis.

Er was aandacht voor de Nederlandse Dansdagen in de serie 'Op pad met Redo' en in samenwerking met het Toon Hermans Theater in Sittard-Geleen brachten we een 'Ode aan Toon'.

Terug van even weg geweest: de buut. In samenwerking met Stichting Buutte Cultuur Limburg registreerden we 'De Limburgse Buuttecup'.

Zo werd 2022 nog een interessant jaar op het vlak van evenementen. Hopelijk kunnen we deze lijn in 2023 doortrekken. Dan willen we in ieder geval opnieuw onze schouders zetten onder een goede doelen actie onder de titel 'Limburg Helpt'.





### Tafel Voetbal

Met vier BVO's in Limburg is er altijd wel iets te bespreken in ons programma 'Tafel Voetbal'. Elke maandagavond ontvangen wij spraakmakende gasten uit de Limburgse voetbalwereld. Mooie verhalen en anekdotes van (oud-)voetballers, deskundige duiding van onze vaste analisten en de onvermijdelijke voetbalhumor zijn vaste ingrediënten van deze voetbaltalkshow. Het is een heerlijk programma om te maken. Een goede combinatie van inhoud en entertainment als je het mij vraagt!

**Bas van Mulken**  
Presentator



13,7%

L1 Radio heeft 2022 afgesloten met een marktaandeel van 13,7%. Trots op deze geweldige cijfers!

Hiermee zijn we na NPO Radio 2 de 2e zender van Limburg én de best beluisterde Limburgse zender. Deze cijfers zijn een mooie opsteker voor alle medewerkers, zowel voor als achter de schermen. Stilzitten is geen optie! Ook in 2023 blijven we programma's maken die geheel passen in de 'Liefde voor Limburg' strategie.

Ook dit jaar zijn we te vinden bij diverse (culturele) evenementen zoals het OLS en Bospop. Op deze manier laten we ons óók zien in de provincie met de radio.

Stefan Collaris  
Coördinator radio



Vanaf het moment dat we het programma L1Vandaag mogen presenteren voelt geen enkele dag meer als werken. Vooral het maken van een eigen uitzending is ontzettend tof! In die korte periode hebben we veel mooie verhalen gehoord en interessante gasten mogen spreken. We proberen elke dag weer een betere uitzending te maken dan de dag ervoor, en balen natuurlijk ook als dat niet lukt. Maar al met al leren we nog geregeld nieuwe dingen en groeien we in ons vak.

Janna Hoofs & Ruben Weekers  
Radiopresentatoren

L1Vandaag



Het is misschien niet heel Limburgs om uitgesproken trots te zijn op wat je doet. Gelukkig kunnen we in dat kader bij L1 Radio een teamprestatie vieren. In 2022 wisten we prachtige luistercijfers te scoren. Met actuele en laagdrempelige programma's die we met veel input van onze luisteraars maken.

Na alle corona-ellende kon de traditionele aftrap van het vastelaovesseizoen in 2022 ook weer volop gevierd worden. Voor het eerst in Roermond, en voor het eerst mocht ik de uitzending ook presenteren. Van een kleine, intieme radiostudio naar een bomvol plein met bijna 20.000 feestende mensen, ik denk dat je dan van een afwisselende baan mag spreken.

Ruud Kleinen  
Presentator

Bospop



OLS

Brand Beer Boètegewoeëne Boètezitting



De cultuur in onze provincie is ontzettend divers. Van vastelaovend tot vlakke vloer, van schrijver tot schutterij, en van dans tot dialect. Als cultuurredactie vinden we het belangrijk om aandacht aan ál die disciplines te besteden. Dat doen we op radio en tv met programma's als Cultuurcafé, Blaaskracht en Plateweg; het uitzenden van evenementen als de 11e van de 11e; en het maken van bijzondere producties zoals documentaires over jong, aanstormend talent. Kortom, Van Beppie tot Bonnefanten, ook voor de Limburgse cultuur zit je goed bij L1.

Wouter Nelissen  
Chef cultuur



# Online staat niet stil

De online ontwikkelingen gaan razendsnel, ook in de omroepwereld. Zo heeft L1 het afgelopen jaar een compleet nieuw team binnen de redactie opgericht: het Social Media Team (SMT).

Met de oprichting van dit team is een nieuwe stap gezet in het journalistiek *upgraden* van onze online-activiteiten. We waren al heel goed met onze nieuwsvoorziening op 1Limburg en in het maken van tv- en radio-content, maar zijn nu toe aan de volgende stap, en die draagt bij aan de toekomstwbestendigheid van L1.

### Kijken met een onlinebril

Bij de oprichting van het team is de missie in één zin verwoord: het uitserveren van journalistieke content op de socials. Oftewel: Limburgs nieuws bekeken met een onlinebril. Dat kan heel anders dan dat het op tv gebeurt, maar de inhoud staat niet ter discussie. We zijn een journalistiek medium en Limburgs nieuws – in de breedste zin van het woord – is onze *corebusiness*. Dat geldt ook voor cultuur- en sportnieuws. Bij benadering en keuze van onderwerpen gaan we ook bij de socials uit van onze publieke waarden, zoals onafhankelijk, betrouwbaar, divers en maatschappelijk relevant (impactvol).

We zijn er om de Limburgers van de toekomst aan te spreken. Het social medi-atteam van L1 kun je zien als een start-up binnen het bedrijf. Linksom of rechtsom, op YouTube, Instagram en TikTok zit een doelgroep die we tot een jaar geleden nauwelijks bereikten. Wat nieuws is, verandert. En daarmee de vorm ook. We durven met ons team op én open te staan voor de energie en het nieuwsconsumptie gedrag van de Limburgers op social media. Met onze uitlegvideo's creëren we een nieuwe, snelle vorm van nieuwsaanbod. En op TikTok hebben we met bijna 17 duizend volgers nu al anderhalf miljoen views per maand. En we beginnen pas!

### Yaël Weijenberg

Feature redacteur

#ONLINE

Hoe Limburgs is onze vlaai?



### OLS (Facebook live)



### Het L1 Kerstdiner

### Virals en explainers

Zo zijn we sinds vorig jaar actief op TikTok, een platform waar een heel jong publiek zit. Via TikTok kunnen ze kennismaken met L1. Op dit kanaal hebben we twee virals geplaatst die meer dan één miljoen views hadden. Verder maken we als team explainers, naar het voorbeeld van NOS op 3. In tegenstelling tot de NOS zijn onze onderwerpen 100 procent Limburgs en dus geschikt voor L1; we maken geen explainers die je ook op andere sites kunt vinden. Het onderwerp is duurzaam, dus

nu bruikbaar, maar met minimale aanpassingen herbruikbaar. De explainer is maatschappelijk relevant en voldoet aan onze 3 D's (duiding, diepgang en dialoog). Ook op dit vlak zijn goede eerste stappen gezet.

### De kracht van samen

L1 bundelt de krachten met negen andere regionale omroepen in RegioGroeï. Met dit samenwerkingsverband streven we ernaar tot een meer veelzijdige regionale nieuws- en informatievoorziening te komen.

Optimaal afgestemd op de behoefte van consumenten en met de inzet van de juiste media, zowel online, offline als on air. De nieuwssite en -app (1Limburg) is vorig jaar overgegaan naar het systeem van RegioGroeï. Daar heeft het publiek weinig van gemerkt.

L1.nl volgt – als alles volgens planning verloopt – in 2023 jaar ook. Deze website wordt volledig ingericht als uitzending gemist-pagina, zodat ons publiek tv- en radio-uitzendingen terug kan vinden.

Dat zijn belangrijke ontwikkelingen voor L1. Ontwikkelingen die ons de komende jaren ook nog bezig gaan houden. Het publiek consumeert nieuws immers steeds vaker via de online kanalen. Door deze stappen nu te nemen, zijn wij als L1 een toekomstbestendige omroep en kunnen we de Limburgers nu én in de toekomst voorzien van écht Limburgs nieuws.

**Job Tiems**  
Coördinator online



# Ruimte voor proactiviteit

Onder mediafaciliteiten vallen de afdelingen AV-ICT, mediadesk, mediaondersteuning, planning en facility. In 2022 vond de overdracht plaats van ad-interim manager Peter de Vink naar Pascal Bemelmans, die in november definitief is benoemd als manager Mediafaciliteiten.

## Het Voorprogramma



Herdenking bij het Nationaal Indië-monument

Vóór-, en met name tijdens de Corona-periode hebben we hard gewerkt aan een stabiele basis van onze AV/ICT-omgeving. In 2022, toen het 'normale leven' weer begon en de Corona-maatregelen werden versoepeld is gebleken dat we het goed voor elkaar hadden. Jarenlang hebben we op de achtergrond gewerkt aan de basis, het fundament. Na jarenlang brandjes blussen en talloze telefoontjes is het rustig op onze afdeling. Een rustige ICT-afdeling betekent dat je de zaken goed op orde hebt. Aan ons is het nu om dit te continueren en ervoor te zorgen dat het rustig blijft. Er staan echter genoeg projecten op de planning en er is ook nog voldoende werk te verzetten, dat maakt deze tak van sport dan ook zo interessant en uitdagend.

**Ivo Heijthuisen**  
Medewerker AV-ICT

## Regiogroei

L1 is een van de tien regionale media-instellingen die hun digitale innovatie hebben belegd bij het samenwerkingsverband Regiogroei. Na een forse vertraging zijn eind maart de nieuwe app en website van 1Limburg live gegaan. Een mooie mijlpaal waar we met z'n allen trots op mogen zijn. Komend jaar wordt ook de website L1.nl ondergebracht bij Regiogroei. Het nieuwe L1.nl wordt vooral als videoplatform ontwikkeld zodat de kijkers op een Netflix-achtige manier programma's terug kunnen kijken. In 2022 zijn reeds de voorbereidingen getroffen voor de migratie van alle oude content naar het nieuwe platform.

## Extra redundantie, monitoring en proactief beheer

Door het vervangen van het zendlijn-gedeelte van TV en het realiseren van een high availability database voor radio is er extra redundantie gecreëerd waardoor de kans op verstoringen verder is verkleind. Daarnaast is er een nieuwe monitoring-oplossing geïmplementeerd waarmee

cruciale systemen beter in de gaten kunnen worden gehouden, zodat sneller ingrijpen bij problemen mogelijk is. Het beheer is verder verschoven van reactief naar proactief. Dit is duidelijk zichtbaar in het aantal storingen dat afgelopen jaar wederom is afgenomen.

## Security

Naast alle technische veiligheidsmaatregelen op het gebied van soft- en hardware is L1 afgelopen jaar gestart met awareness-training voor de medewerkers. Om het veiligheidsniveau verder te verhogen zijn de voorbereidingen getroffen voor een bedrijfsbrede inzet van een password-manager die komend jaar in gebruik wordt genomen.

## Facility

Op facilitair vlak is in 2022 de brandmeldcentrale vervangen. Sindsdien hoeven de sensoren minder frequent handmatig te worden gecontroleerd. Ook is er een oriëntatie geweest van de brandweer Maastricht zodat men daar op de hoogte is van de inrichting en voorzieningen van

het pand. Er zijn extra laadpalen geplaatst met het oog op de elektrificering van het wagenpark en we troffen voorbereidingen om de stroomvoorziening richting toekomst aan te passen op de energietransitie. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het geschikt maken van de verdeelkasten voor de plaatsing van zonnepanelen.

## Planning

De afdeling planning is weer op volle sterkte. Naast de terugkeer van één van de twee planners na langdurige uitval, is een medewerkster parttime toegevoegd aan het team om de kwetsbaarheid van de afdeling te verkleinen. Komend jaar zal in het teken staan van het optimaliseren van met name de camera-inzet om kosten te besparen.

**Pascal Bemelmans**  
Manager Mediafaciliteiten

*Een van de (vele) hoogtepunten voor mij was de ontmoeting met twee WO II veteranen. Een van hen was een soldaat die aan het Limburgse front vocht en de andere was een zogenaamde 'Rosie the Riveter', zij hielp met de bouw van bommenwerpers in Amerika. Als je deze mensen kan en mag ontmoeten door je werk; en dan je dankbaarheid mag uitspreken voor onze vrijheid, voel je je als cameraman een bevoorrecht mens.*

**Eelco Dautzenberg**  
Cameraman



# Bereik





# TV blijft het belangrijkste kanaal



### 254.000 L1-kijkers per dag

Ten opzichte van 2021 is het dagbereik op L1 TV gedaald naar 254.000 kijkers, verklaarbaar door daling in informatiebehoefte rondom de coronacrisis en de wateroverlast die in 2021 voor extra kijkers zorgde. Hiermee ligt het gemiddelde dagbereik op het niveau van 2019.



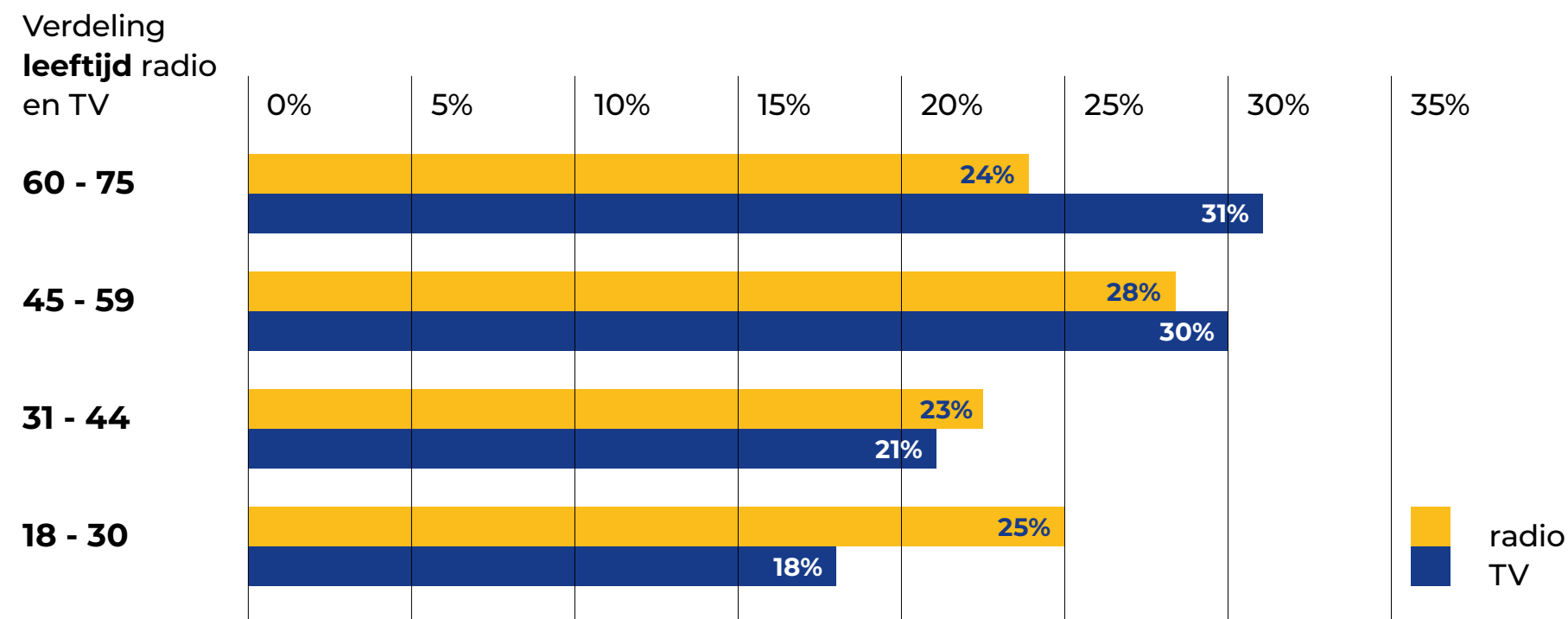
### 147.000 L1-luisteraars per dag

In 2022 is het bereik van het medium radio toegenomen naar 147.000 luisteraars per dag en een marktaandeel van 13,7%, waardoor L1 Radio haar plek als 2e zender van Limburg, na NPO Radio 2, verstevigd heeft. Dat is met name te danken aan groei in zowel bereik als marktaandeel bij de ochtendprogramma's, zowel op werkdagen als in het weekend. Door een positieve doorluistertijd zijn deze bereikcijfers gestegen.



### 1,5 miljoen gebruikers per maand

Het aantal gebruikers per maand van het online nieuwsplatform 1Limburg is in 2022 uitgekomen op gemiddeld 1,5 miljoen. Het aantal maandelijkse paginaweergaven kwam uit op 29 miljoen.



### Top drie van Nederland

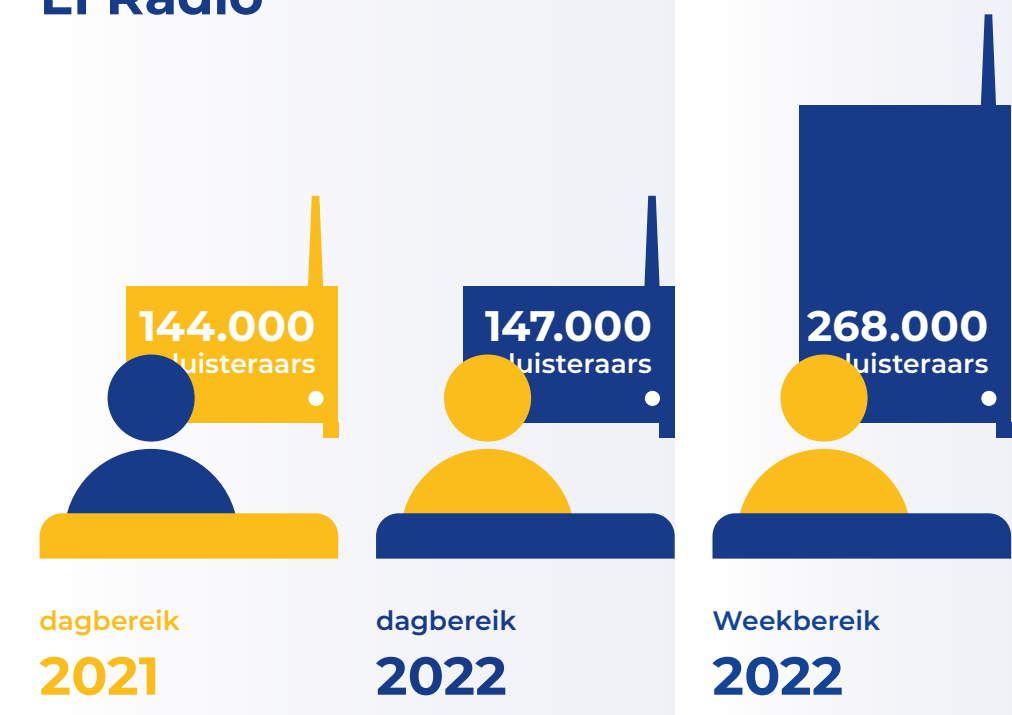
Uit onderzoek van Motivaction blijkt dat het totaalbereik in 2022 84% was en de bekendheid maar liefst 96%. Afgezet tegen andere RPO's valt L1 in de top-3 als het gaat om crossmediaal jaarbereik. Met 36% crossmediaal bereik voor TV, radio én online scoort L1 boven het landelijk gemiddelde van 31%. Het percentage Limburgers dat meer dan één kanaal van L1 gebruikt is 63%!

Als belangrijkste mediakanaal geldt volgens het onderzoek van Motivaction nog altijd L1 TV (39%), gevolgd door de 1Limburg website/app (23%), L1 Radio (13%) en social media van L1 (9%). De overige 16% had geen voorkeur. L1 TV blijft ook in 2022 de belangrijkste informatiebron voor nieuws over de provincie, gevolgd door het NOS journaal en de 1Limburg website en app.

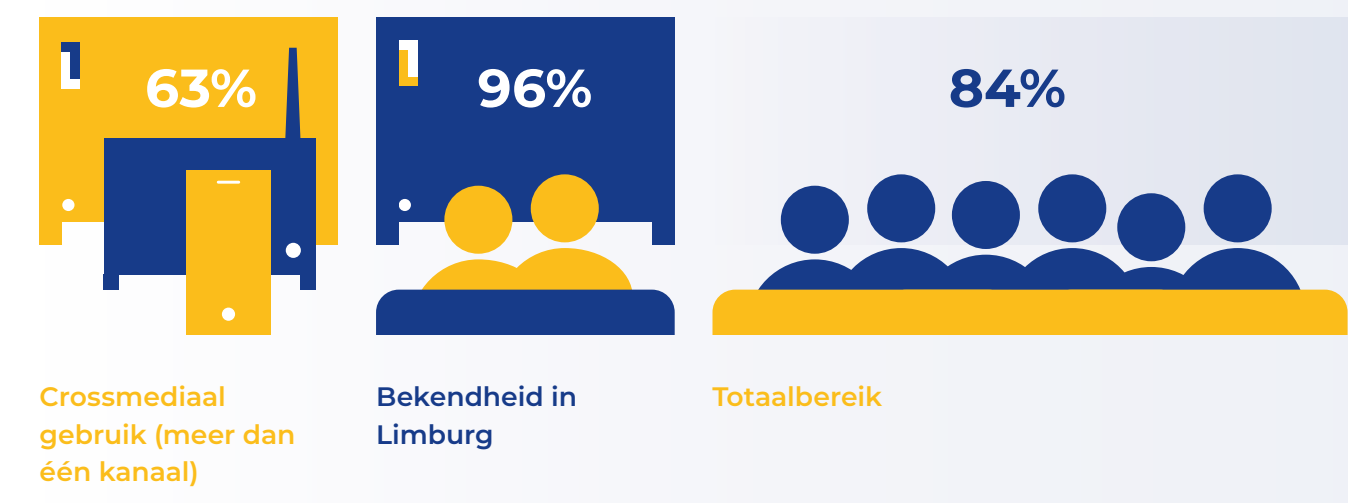
### L1 TV



### L1 Radio



### Totaal bereik

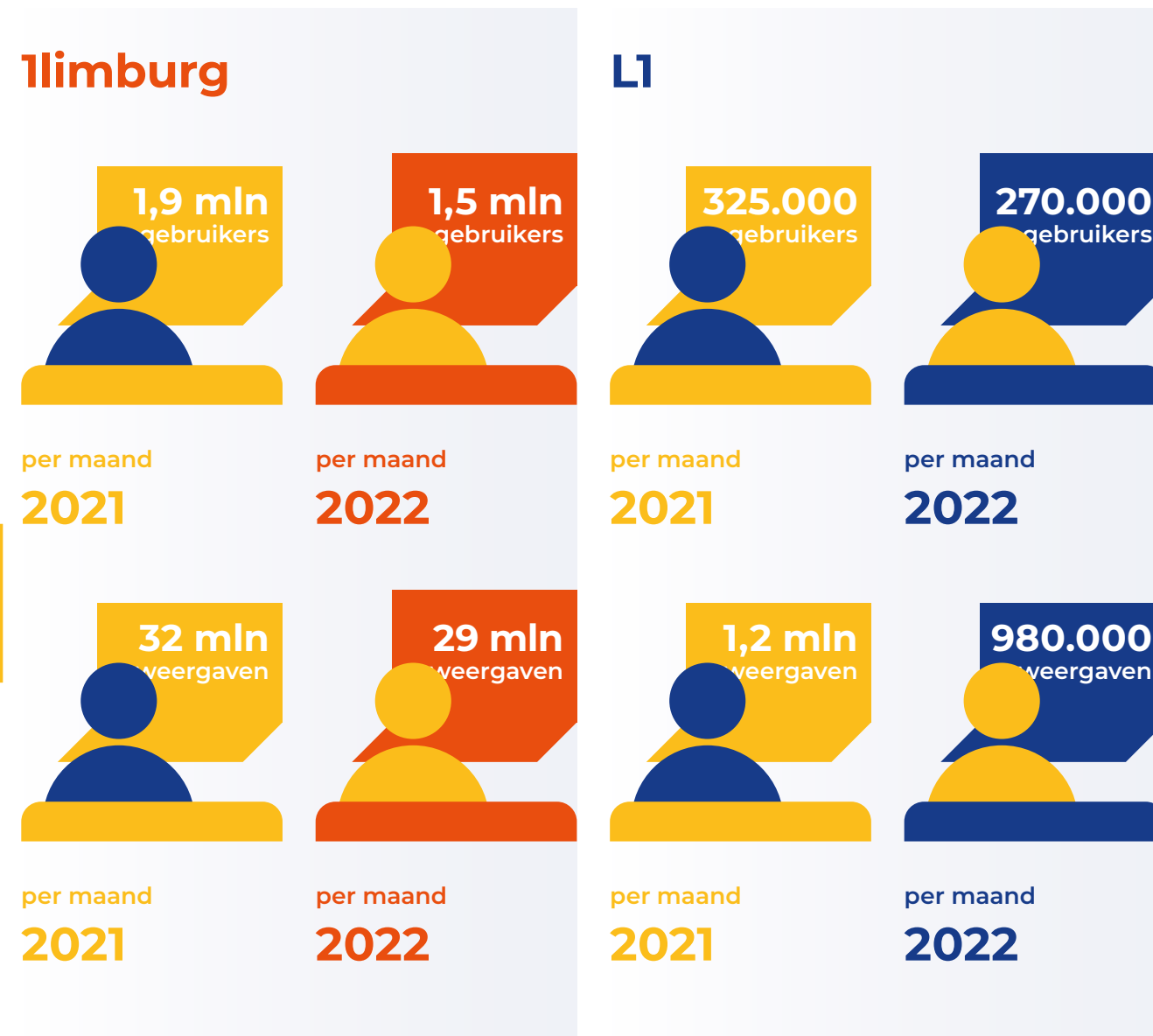


### Bronnen

SKO/Gfk, NLO/Gfk, Motivaction, Google Analytics, Facebook (jan-dec 2022)



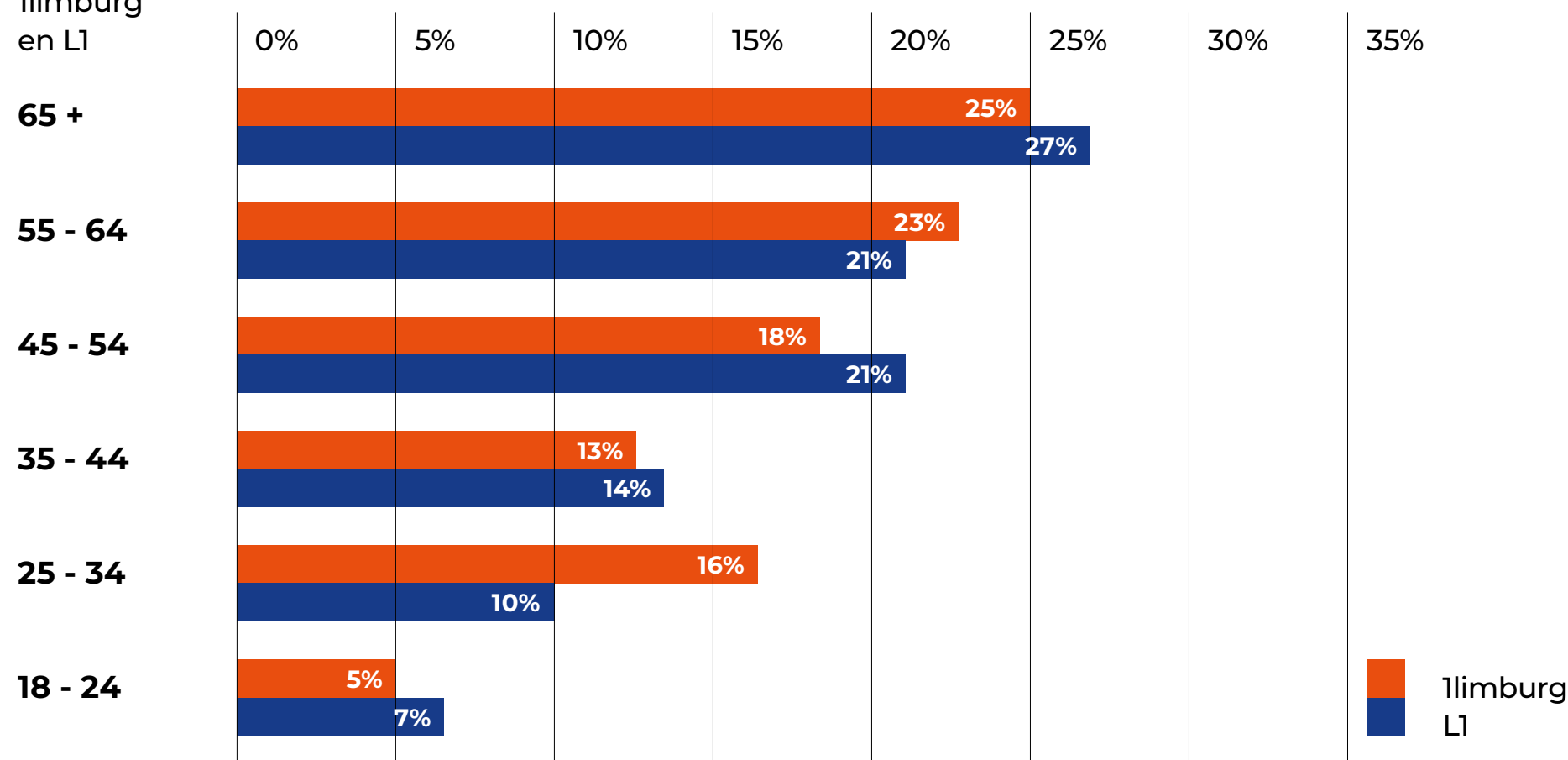
# gevolgd door web en app



## Social Media



Verdeling leeftijd Limburg en LI

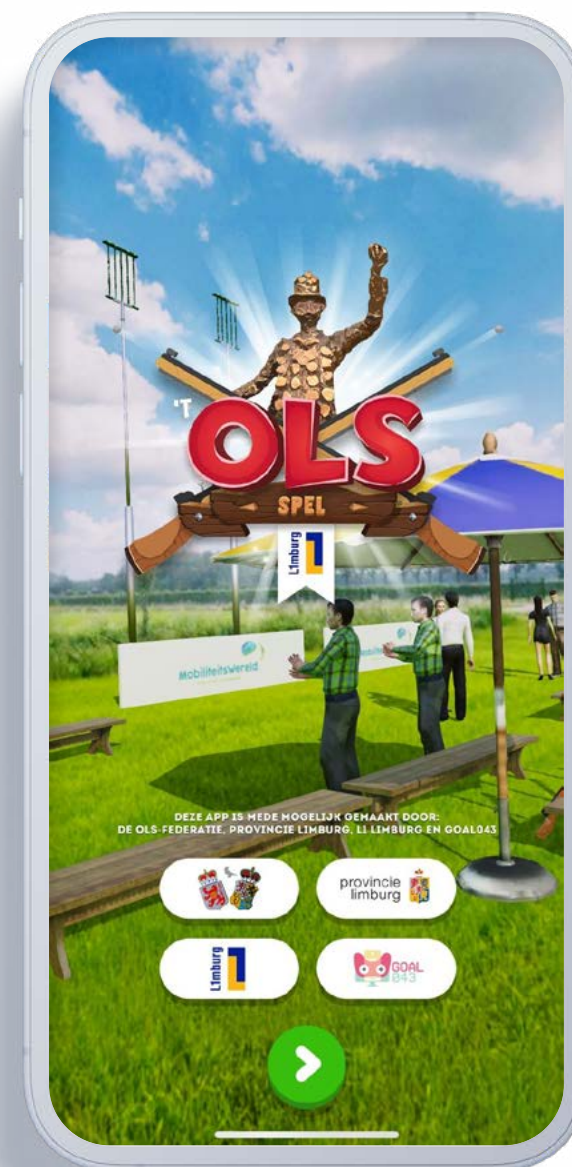


## Regio- en schuttershelden op het OLS

De organisatie van het Oud Limburgs Schuttersfeest in Meijel moest drie jaar wachten op het OLS-feest. Maar na drie jaar was er dan toch weer een Kinjer-OLS en uiteraard het grote OLS-feest op zondag 2 juli. Een week later wist schutterij St. Martinus Born de overwinning naar zich toe te trekken. LI deed als vanouds verslag van de vele schuttersverhalen. In de twee 'stille' coronajaren probeerde LI de liefde voor de schuttersfeesten met al haar tradities en wedstrijden vast te houden. Samen met Goal043 en de OLS Federatie bouwden we de spel-app 'OLS Spel' die gratis is te downloaden op je smartphone of tablet. Via die app wordt de jaarlijkse schietwedstrijd op het OLS nagebootst. Zo organiseerden we in 2020 en 2021 met alle partijen het online OLS. Er was een teamwedstrijd en een individuele wedstrijd. Volledig volgens de

coronamaatregelen want iedereen kon apart vanaf zijn telefoon of laptop meespelen. Op LI radio werd live verslag gedaan van de beide edities van het online OLS. Hierdoor konden schutters toch nog een klein beetje het OLS-gevoel vasthouden. Het idee van een spel-app hiervoor bouwen op basis om één van de oudste Limburgse cultuurvormen, het schutterij- en gildewezen, werd genomineerd voor een Regiohelden Award, voor de beste producties van de 13 regionale omroepen van Nederland. Nota bene in het Achterhoekse Uift, een plaats met een rijke schuttershistorie, ging LI er met de overwinning vandoor en mochten Benny Brauns en achteropsjut Tom Doesborg de Regiohelden Award in ontvangst nemen.

**Tom Doesborg**  
Redacteur/verslaggever cultuur





# Proactieve marketingaanpak resulteert in **hoogste omzettarget** van de afgelopen vijf jaar

Waar in 2021 veel Limburgse bedrijven in tijden van crisis de meerwaarde zagen van het adverteren via de platforms van L1 werd die lijn in 2022 doorgetrokken. Het jaar begon met enkele strikte corona-maatregelen, die in het eerste kwartaal werden versoepeld. Uiteindelijk vervielen de laatste maatregelen in maart.

**Ronald Nieuwkamp**  
Marketing & sales manager



## Adventskalender

### Hoogste commerciële omzet

De hele afdeling werkte hard aan het behalen van het commerciële omzettafget. Dat resulteerde uiteindelijk in een behaalde omzet van nagenoeg 3 miljoen euro, de hoogste commerciële omzet van de afgelopen vijf jaar. In absolute getallen scoort alleen Omroep Brabant van alle regionale omroepen hoger, in relatieve zin is L1 de nummer één. Een resultaat waar we enorm trots op zijn!

Het openen van de samenleving bood weer mogelijkheden om de marketing- en PR-doelstellingen te realiseren in de provincie, middels zichtbaarheids campagnes in het straatbeeld en aanwezigheid op evenementen.

### Proactieve marketing

In 2022 kwam na twee jaar van onzekerheid (over het al dan niet aanscherpen van de coronamaatregelen) eindelijk wat ruimte om te ademen, zowel voor ons als commerciële afdeling, alsook voor onze klanten. Winkels mochten hun deuren gelukkig weer open houden en bijvoorbeeld de toeristische sector mocht weer onbepert gasten ontvangen.

Na de reactieve marketing die we in 2021 zagen durfden bedrijven in 2022 weer te investeren in proactieve marketing.

### Arbeidsmarktcommunicatie

Naast de vele business-to-consumer campagnes, kwamen onze media adviseurs steeds vaker de communicatiebehoefte tegen op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie. In een krappe arbeidsmarkt merkten onze klanten immers dat het bewandelen van de reguliere paden, met het enkel plaatsen van een vacaturetekst, niet meer voldoende was om personeel te vinden. Zeker onze traditio-

*Corona of geen corona. Door nauwe samenwerking wisten wij als media adviseurs het hele jaar door onze relaties met succes te koppelen aan hun Limburgse doelgroep(en).*

**Roy Gulikers**  
Media adviseur L1

nele mediakanalen zijn interessant om een werkgeversimago positief te beïnvloeden; iets wat onze klanten in 2022 beaamden.

### Meer reclameomzet

Door constant te blijven luisteren naar de behoeften van onze (potentiële) klanten en daar een maatwerkoplossing voor aan te dragen, zijn we er na het goede jaar van 2021 in geslaagd om in 2022 meer reclameomzet uit de markt te halen dan het jaar ervoor.



**2022 was een spannend jaar voor L1 en zijn nieuwsmerk 1Limburg. Een intensieve samenwerking met negen andere Regionaal Publieke Media Instellingen (RPMI's) resulteerde afgelopen jaar in de livegang van een nieuwe website én app voor laatstgenoemde. Door deze landelijke samenwerking op het gebied van techniek, doorontwikkeling én innovatie is 1Limburg klaar voor de toekomst en gaat de blik met veel vertrouwen vooruit.**

**Quin de Jong**  
Marketing medewerker (projectmanager Regiogroei)

### Marketing

Het behouden van de sterke merkbe-kendheid is en blijft het belangrijkste marketingdoel, om bij te dragen aan de bedrijfsmissie; onmisbaar zijn voor iedere Limburger en iedereen die in Limburg is geïnteresseerd.

In 2022 heeft zich dat geuit in succesvolle ondersteuning van het salesteam, door na het afschaffen van de coronabeper-kende maatregelen alles in het werk te zetten om de fysieke salesafspraken weer mogelijk te maken. Door een kwalitatie-vere insteek van de businessnieuwsbrief, gerichte salesacties en meerdere contact-en bedankmomenten (onder andere een zomerattentie met hamamdoek en adventskalender in december) voor onze commerciële relaties zijn die banden aan-gehaald. Dat kostte de nodige inspanning, omdat we ons ervan bewust waren dat ons aanbod en manier van werken nog niet bij iedere Limburgse ondernemer bekend is.

We werkten in 2022 hard aan het aanbod en imago van de afdeling Marketing & Sales, door middel van het optimaliseren van ons salesaanbod en bijbehorende communicatiemiddelen. Dit met als doel om de (potentiële) adverteerder volledig te informeren en onze media adviseurs te ondersteunen in hun adviesgesprekken.

Die inspanningen resulteerden in tevreden adverteerders, volle reclameblokken en gevulde online advertentieruimtes. Zo gaven we via de kanalen van L1 een gezicht en geluid aan ondernemend Limburg. Die adviserende en helpende gesprekspartner willen we ook in 2023 nog meer zijn, waaraan de lancering van een vernieuwde website voor ons commerciële aanbod dient bij te dragen.

### Zichtbaarheid en evenementen

Het evenementenseizoen vond in 2022 vanaf het voorjaar weer volledig plaats, dat eindelijk weer ruimte heeft geboden voor zichtbaarheidsacties op evenementen. Met de ontwikkeling van twee nieuwe grote promotieballonnen laten we op evene-menten zien dat L1 aanwezig is, zoals op Oktoberfeest Sittard. Terug van weg-geweest was de L1 Golfdag, op golfbaan de Herkenbosche, waar we met commerciële

relaties een ontspannen en sportieve (netwerk)dag hebben beleefd. Dat is voor herhaling vatbaar en keert in 2023 terug.

### Nieuwe website en app

Belangrijke mijlpaal in 2022 was de lance-ring van de vernieuwde 1Limburg website en app. Als onderdeel van innovatieplatform Regiogroei ontwikkelden we met negen andere regionale publieke omroepen een vernieuwd technisch nieuwsplatform. Middels de campagne 'App jij 'm al?' maakte Limburg in september en oktober grootschalig kennis met onze vernieuwde nieuwskanalen.

Met dank aan de verschillende campagnes, acties en marketinginspanningen realiseerden de kanalen van L1 in 2022 een bekendheid van 96% en een totaalbereik van 84%. Vooral het doorzetten van de groei van L1 Radio is noemenswaardig: met 13,7% marktaandeel bezit L1 Radio steviger de 2e plek in Limburg, na NPO Radio 2. Ook crossmediaal timmerde L1 aan de weg in 2022, want 63% van Limburg gebruikt méér dan één kanaal van L1. Hierdoor blijven én blijken we met diverse kanalen op diverse momenten, voor diverse doel-groepen, relevant.



**René Naus**  
Marketingspecialist



**Oktoberfeest Sittard met Bepie**

### L1 Golfdag 2022





## Weet wat je vergeet

In 'Weet wat je Vergeet' ervaren gezonde mensen door middel van hypnose hoe het is om de grip op het leven te verliezen door dementie.

Hypnotherapeut Jos Claus bracht onze kandidaten onder hypnose. Daardoor voelen zij de hulpeloosheid, de angst, de verwarring en de schaamte die mensen met dementie dagelijks voelen. Het was confronterend, mooi en leerzaam tegelijk. Dementie is een explosief groeiend probleem in Nederland. Door middel van dit programma begrijpen wij iets beter wat het inhoudt om de regie kwijt te raken. En hoe wij als maatschappij het beste kunnen reageren als wij iemand zien worstelen met de ziekte.

Nog nooit kreeg ik zoveel reacties op een programma als op deze serie. Het raakt mensen op een bijzondere manier. En mij ook.

**Bas van Mulken**  
Presentator

'Weet wat je vergeet' is genomineerd voor de Regiohelden Awards. De nominatie voor de journalistieke prijs is in de categorie 'de beeldvanger'. Hierbij wordt gekeken naar het meest onderhoudende, originele en boeiende beeld. Volgens de vakjury is dementie een relevant onderwerp waar veel mensen mee te maken krijgen, en wordt dat hier vanuit een verrassend perspectief belicht. Helaas viel het programma niet in de prijzen (update: 20-04-2023).



# L1 in ontwikkeling

In april 2022 zijn nieuwe leidinggevenden benoemd als verantwoordelijken op de deelredacties van L1. Een gezonde mix van ervaren en jonge journalisten.

Deze leidinggevenden hebben samen een aantal trainingen doorlopen, wat de onderlinge samenwerking ook ten goede komt. Verder worden deze leidinggevenden een- op-een gecoacht tijdens wandelsessies. De samenstelling van het MT is voor het eerst sinds lange tijd ook veranderd. Twee interne professionals zijn zijn doorgestroomd naar een MT-positie. Beide genoemde initiatieven leiden tot een vruchtbare chemie in de top samen met de tweede managementlaag.

### Cultuurverandering

Samen optrekken vinden we een belangrijk signaal naar de medewerkers toe. En dat gebeurt steeds meer. Zo vond in mei 2022 de aftrap plaats voor een cultuurtraject. Een traject waarbij voorbeeldgedrag van leidinggevenden gevraagd wordt en een andere mindset van de medewerkers. We zijn gestart met een 0-meting in de vorm van een enquête onder het personeel. Er is benoemd waar we als organisatie mee willen stoppen en starten, en wat we zeker willen behouden. Het is dan mooi om te lezen dat plezier halen uit het werk, creativiteit, passie en ambities, er samen staan en humor de dingen zijn die we willen behouden.

Waar we mee willen starten zijn open een eerlijke feedback, verbinding creëren tussen afdelingen, focus op groei en ontwikkeling, afspraken nakomen en toekomstgericht ontwikkelen.

Leidinggevenden zijn hiermee aan de slag gegaan met een twee daagse offsite. Vervolgens zijn er sessies gestart met de medewerkers.

Ook in 2023 zullen er nog vervolgbijeenkomsten gepland worden voor medewerkers en leidinggevenden. Het is mooi om te zien hoe iedereen meebeweegt met nieuwe ontwikkelingen.

### Nieuwe gesprekstechnieken

2022 was ook het jaar van de herstart van nieuwe gesprekstechnieken. De functionerings- en beoordelingsgesprekken maakten plaats voor nieuwe gesprekken in de vorm van plannings- en reflectiegesprekken. Een andere manier van voorbereiding voor medewerkers en leidinggevenden en een andere manier van afspraken maken door samen in gesprek te gaan en blijven.

### Cao en compensatie

De cao loopt tot 31 december 2023 en dus waren loonafspraken al gemaakt. Om medewerkers tegenmoet te komen in de stijgende brandstofprijzen en energieprijzen besloot L1 om een compensatie van € 750 bruto op fulltime basis uit te keren aan alle medewerkers. De reiskosten voor zakelijke kilometers zijn naar € 0,30 verruimd.

### Kerngetallen

Medewerkers in dienst van L1. Dit aantal daalde met 2 medewerkers ten opzichte van 2021. Het aantal freelancers bleef nagenoeg gelijk.

### Aantal vacatures

Niet alle vacatures werden in 2022 succesvol ingevuld. De krapte op de arbeidsmarkt in combinatie met de vraag leek even te knellen. Eind 2022 kwam hier verandering in en we verwachten in 2023 op sterkte te zijn.

### Ziekteverzuim

Het aantal ziektegevallen door corona nam gelukkig af in 2022. Toch kampte L1 nog met een nasleep van langdurig zieken. Het uiteindelijke verzuimcijfer van 2022 kwam uit op 5,4%

### Man/vrouw-verdeling



### Dienstverbanden



### Ziekteverzuim Exclusief zwangerschap



### Verzuimpercentage

% berekend op basis van aantal verzuimen

### Pensioen en jubilarissen



In 2022 gingen drie medewerkers genieten van hun pensioen. We hadden 3 jubilarissen in dienst voor dienstverbanden van 12,5 jaar en 7 medewerkers voor dienstverbanden van 25 jaar.



## De 11de van de 11de: hoe vastelaovend 2022 ontplofte

Het vastelaovesseizoen 2022 was een bijzondere editie voor L1 omdat we de uitzendingen tot het laatste moment moesten opschuiven en aanpassen vanwege de steeds veranderende coronamaatregelen. Rond Kerst 2021 was er nog een sterk vermoeden in Limburg dat er voor het tweede jaar op rij geen carnaval gevierd kon worden. De meeste vastelaovesverenigingen in de provincie hadden al besloten geen optochten of evenementen te organiseren. Ook bij L1 werden opnieuw creatieve ideeën van stal gehaald om programmatisch toch nog iets boeiends te kunnen doen rond carnaval. Zo ontstond ook het idee om bijvoorbeeld de halve finales en de finale van het LVK zo ver mogelijk op te schuiven richting de vastelaovend. In de loop van januari bleek dat de harde lockdown van de regering en de herhaalprik net voor de kerstdagen effect hadden op de druk op de ziekenhuizen.

Vastelaovend viel vrij laat in 2022 dus groeide begin februari met de dag de hoop op een redelijk normale carnavalsviering. Voor omroepmedewerkers was die onduidelijkheid niet altijd even prettig. Het kostte de productie en redactie veel extra energie en ook betrekkingen met partners waarmee we samenwerken kwamen op scherp te staan. Uiteindelijk zakten de ziekenhuiscijfers zo drastisch dat de overheid een verbod op het carnaval vieren niet meer kon tegenhouden. Op vrijdag 18 februari ging tijdens de live LVK finale op L1 weer alles open en wonnen Bjorn & Mieke met het liedje 'Altied Ope'. De dagen erna ontplofte de vastelaovend Limburg vanwege het spontane ontstaan van diverse carnavalsfeesten en ook tijdens de carnavalsdagen zelf werd volop en vooral ongeorganiseerd gevierd. L1 was er als vanouds bij.

**Tom Doesborg**  
Redacteur/verslaggever cultuur





# Financiële resultaten





## Geconsolideerde balans per 31 december 2022

In euro's (na resultaatbestemming)

<b>Activa</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>
<b>Vaste activa</b>		
<b>Immateriële vaste activa</b>	1.778	5.597
<b>Materiële vaste activa</b>		
Bedrijfsgebouwen en terreinen	1.916.941	2.090.296
Inventaris en inrichting	54.876	27.951
Andere vaste bedrijfsmiddelen	<u>1.661.022</u>	<u>1.812.837</u>
	3.632.839	3.931.084
<b>Financiële vaste activa</b>		
Deelnemingen	15.000	15.000
Overige	<u>0</u>	<u>0</u>
	15.000	15.000
	<b>3.649.617</b>	<b>3.951.681</b>
<b>Vlottende activa</b>		
<b>Vorderingen</b>		
Handelsdebiteuren	568.724	456.798
Belastingen en premies soc. verzekeringen	1.374.134	1.475.156
Overige vorderingen	101.294	61.198
Overlopende activa	<u>183.984</u>	<u>197.986</u>
	2.228.136	2.191.138
<b>Liquide middelen</b>	<u>2.697.889</u>	<u>2.905.058</u>
	<b>4.926.025</b>	<b>5.096.196</b>
<b>Totaal activa</b>	<b>8.575.642</b>	<b>9.047.877</b>

<b>Passiva</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>
<b>Eigen vermogen</b>		
Geplaatst kapitaal	0	0
Agioreserve	0	0
Reserve voor media-aanbod	0	(274.745)
Algemene reserve	<u>6.621.835</u>	<u>6.825.827</u>
	<b>6.621.835</b>	<b>6.551.082</b>
<b>Voorzieningen</b>		
Overige	<u>133.426</u>	<u>216.451</u>
	<b>133.426</b>	<b>216.451</b>
<b>Kortlopende schulden</b>		
Schulden aan leveranciers	361.554	452.574
Belastingen en premies soc. verzekeringen	682.418	692.695
Overige schulden	722.071	1.069.487
Overlopende passiva	<u>54.338</u>	<u>65.588</u>
	<b>1.820.381</b>	<b>2.280.344</b>
<b>Totaal passiva</b>	<b>8.575.642</b>	<b>9.047.877</b>



## Geconsolideerde exploitatierekening over de periode 2022

In euro's (na resultaatbestemming)

	2022	2021
<b>Baten</b>		
Media-aanbod:		
- OC&W – bijdrage	12.664.692	12.055.120
- Overige subsidies	14.268	189.570
- Inzet overgedr. reserve media-aanbod	-	-
- Reclamebaten	1.913.474	1.535.716
<b>Subtotaal baten media-aanbod</b>	<b>14.592.434</b>	<b>13.780.406</b>
Programmagebonden eigen bijdragen:		
- Sponsorbijdragen	167.797	112.899
- Bijdragen van overige derden	138.913	224.046
Opbrengst nevenactiviteiten	797	1.523
Opbrengst stichtingsactiviteiten	-	-
Overige bedrijfsopbrengsten	771.295	818.472
Barteringbaten	210.111	115.713
<b>Som der bedrijfsopbrengsten</b>	<b>15.881.347</b>	<b>15.053.059</b>
<b>Lasten</b>		
Lonen en salarissen	6.513.664	6.769.809
Sociale lasten	1.803.140	1.712.323
Afschrijvingen	919.177	910.971
Bijzondere waardevermindering van activa	-	-
Directe productiekosten		
- Facilitaire kosten	251.304	248.605
- Technische productiekosten media	1.190.714	952.486
- Overige productiekosten media	2.488.323	2.386.597
- Sales en Reclame	227.526	194.146
Overige bedrijfslasten		
- PR en Promotie	218.797	172.471
- Huisvestingslasten	374.907	462.904
- Overige algemene lasten	1.576.695	2.332.431
Barteringlasten	210.111	115.713
<b>Som der bedrijfslasten</b>	<b>15.774.358</b>	<b>16.258.456</b>
<b>Bedrijfsresultaat</b>	<b>106.989</b>	<b>(1.205.397)</b>
<b>Financieel resultaat</b>	<b>(7.223)</b>	<b>(12.161)</b>
<b>Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening</b>	<b>99.766</b>	<b>(1.217.558)</b>
Vennootschapsbelasting	0	0
Verschuldigd surplus reserve media-aanbod	0	0
<b>Exploitatieresultaat na overdracht en belastingen</b>	<b>99.766</b>	<b>(1.217.558)</b>
FTE gemiddeld	98,47	101,28
FTE ultimo	99,64	100,74

## Toelichting

### Financieel resultaat SOL

Na het verlies over 2021 van € 1.218.000,- hebben we het boekjaar 2022 afgesloten met een positief resultaat van € 100.000,-. Dit is een € 96.000 hoger resultaat dan begroot. Het begrote resultaat over 2022 bedraagt € 3.500. De begroting is opgesteld in de periode van de covid pandemie waardoor er op verschillende terreinen onzekerheid bestond omtrent het vaststellen van de budgetten. Dit geldt ook voor de prognose van de commerciële omzetten 2022.

Uiteindelijk is de commerciële omzet hoger uitgevallen dan begroot en kunnen we spreken van een goed jaar qua commerciële omzet.

Bij de opzet van de begroting is als uitgangspunt genomen dat de procedure welke liep bij de Ondernemingskamer in 2021 afgehandeld zou zijn. In de praktijk bleek dit niet het geval te zijn en werden we hierdoor toch nog met extra kosten geconfronteerd in 2022. Deze zijn echter beduidend lager dan in 2021 het geval was. Gedurende het boekjaar 2022 is de ondernemingskamerprocedure afgehandeld en heeft er een herinrichting van de organisatie plaats gevonden.

### Algemeen

In de toekomstparagraaf van het bestuursverslag 2021 stond opgenomen dat we alle zeilen zouden bijzetten na het grote financiële verlies van dat jaar om weer minimaal tot een break-even resultaat te komen. Hierin zijn we in 2022 geslaagd en we hebben zelfs een positief resultaat behaald.

Doordat de procedure bij de OK niet afgerond was in 2021 heeft dit in 2022 nog tot een aantal hogere lasten geleid. Dit betreft met name lasten voor het langer aanblijven van de door de OK benoemde Commissaris en Bestuurder, zij zijn per 21 juni 2023 afgetreden. Tevens zijn nog extra wervingskosten, onderzoekskosten en juridische kosten gemaakt in 2022 en kosten voor het ingezette cultuurtraject.

### Baten

De productievergoedingen die via Stichting Omroep Limburg worden ontvangen, komen van het Ministerie van OC&W via het Commissariaat voor de Media en zijn in 2022 geïndexeerd met 5,2%. De vergoedingen worden toebedeeld aan zowel radio als tv. De toedeling is gebaseerd op de daadwerkelijke inzet van de middelen in het betreffende boekjaar. Dit resulteert in 2022 in een bijdrage van 34% aan radio en 66% aan tv.

De totale bruto omzet is evenals in 2021 in 2022 met 5,5% gestegen en komt voor rekening van de gestegen OCW bijdrage, reclamebaten, sponsorbijdragen en barteringbaten. Daarnaast zijn ook een aantal bijdragen lager uitgekomen waaronder de bijdrage voor het project Journalistiek in de Regio dat in 2022 nog slechts één maand liep.

### Lasten

Na de sterke stijging van de bedrijfslasten in 2021 zien we in 2022 ten opzichte van 2021 een daling met 3%.

De belangrijkste oorzaken hiervan zijn:

- Het totaal aan salariskosten, inclusief sociale lasten is per saldo gedaald a.g.v. vaststellingen -overeenkomsten in 2021, het aflopen van het project Journalistiek in de Regio na januari 2022 en een iets lagere FTE bezetting in 2022. De CAO heeft tot hogere lasten geleid en tevens is in 2022 een eenmalige crisiscompensatie uitgekeerd.
- De directe productiekosten zijn in 2022 gestegen als gevolg van een hogere bijdrage aan het samenwerkingsverband van 10 regionale publieke media instellingen op het gebied van online genaamd Regiogroei en stijgende kosten voor Service Level Agreements.
- In 2022 is een campagne gehouden om bekendheid te creëren voor de gelanceerde nieuwe app waardoor de kosten voor PR en Promotie zijn gestegen

- De huisvestingslasten dalen door het wegvallen van extra kosten in 2022 voor schoonmaak door Covid, genomen maatregelen om energie te besparen waarbij we nog een lopend contract voor energielevering hadden en afname van de onderhoudskosten omdat in 2021 een digitaliseringsproject heeft gelopen dat in dat jaar afgerond is.

- De overige algemene lasten laten een sterke daling zien. Dit is geheel het gevolg van de stap die naar de OK is gezet waarvan de daarmee samenhangende kosten grotendeels in 2021 vielen.

### Solvabiliteit en liquiditeit

De solvabiliteit bedroeg in 2021 72% en is in 2022 gestegen naar 77%. Een solvabiliteit tussen 25% en 40% wordt als gezond beschouwd, in dat kader is de solvabiliteit van Stichting Omroep Limburg geconsolideerd als uitstekend te kwalificeren.

De liquiditeit is van 2,2 in 2021 gestegen naar 2,7 in 2022. Hiermee blijft de liquiditeit in 2022 op een veilig niveau. De liquide middelen zijn hierbij per eind 2022 gedaald met iets meer dan € 200.000,-.

De totale financiële positie van L1 per 31 december 2022 blijft hiermee goed.

### Financieel vooruitzicht

De OK procedure is afgerond in 2022 en zal geen financiële consequenties hebben voor 2023. De herstructurering die is ingezet met een daarbij behorend cultuurtraject zal nog invloed hebben op de exploitatie 2023. Op basis van de resultaten 2022, het heersende sentiment in de markt verwachten we een verdere stijging van de commerciële omzet. De geopolitieke situatie met de daarmee gepaard gaande energiecrisis en inflatie zorgt voor enige onzekerheid voor het jaar 2023. Meerjarig wordt een begroot resultaat van nihil verwacht.



# Dank jullie wel!

Ondanks een – in alle opzichten – roerig jaar wisten we met z'n allen prachtige programma's en actueel nieuws te brengen. Dankzij onze liefde voor Limburg. Dit verslag getuigt daarvan. Maar dit succes zou niet mogelijk zijn geweest zonder de inzet van onze waardevolle medewerkers en freelancers in 2022. Ook gaat onze waardering uit naar de meer dan 300 gasten die wij in onze uitzendingen mochten ontvangen, onze mediaraad, onze raad van commissarissen, onze adviseurs en partners. Tot slot grote dank ook aan onze adverteerders, kijkers, luisteraars en volgers! Zonder hen geen LI!



Concept, redactie en vormgeving: Zuiderlicht / Stichting Omroep Limburg

Fotografie: Bram Becks, Raoul Limpens Photography, Ralph Souren, Bjorn Frins, Graatje Weber, Loes Schreurs,

Eelco Dautzenberg, Raul Rademakers, George Deswijzen, Fabiënne van den Hombergh en vele anderen. Uiteraard

hebben we getracht alle belanghebbenden van het gebruikte fotomateriaal te achterhalen.



