

JAARVERSLAG 2023



Inhoudsopgave

1.	Verslag van Raad van Toezicht	3
1.1	Algemene informatie	3
1.2	Belangrijkste onderwerpen	3
1.3	Over de Raad van Toezicht	5
2.	Bestuursverslag	7
2.1	Algeme informatie	7
2.2	Samenwerkingen en Digitale Transformatie	7
2.3	Het eerste jaar in het M-Gebouw in Hilversum	7
2.4	De nieuwe Audio Visuele Infrastructuur	8
2.5	Upgrade ICT	8
2.6	Doorontwikkeling Web en App	9
2.7	Artificial Intelligence (AI)	9
2.8	Technische samenwerking locale omroep POA/AT5	10
2.9	Merkidentiteit NH Media in een nieuw tijdperk	10
2.10	Journalistiek verslag	13
2.11	Bereik verschillende distributiekanaalen	27
2.12	Verslag Mediaraad	33
2.13	NH Media sales en FUNHA	38
2.14	Human resources en medezeggenschap	39
2.15	Risicomanagement	41
2.16	Financiële informatie	45
2.17	Fiscaal	48
2.18	Toekomst	49
3.	Model IX: Verklaring governance en interne beheersing	51
4.	Model X: Verklaring integriteit van bestuurders en werknemers	51
5.	Jaarrekening 2023	52
5.1	Balans per 31 december 2023 (Model I)	51
5.2	Exploitatierkening over 2023 (Model II)	53
5.3	Kasstroomoverzicht over 2023 (Model III)	54
5.4	Algemene toelichting en waarderingsgrondslagen	55
5.5	Toelichting op de balans per 31 december 2023	63
5.6	Toelichting op de exploitatierkening (conform model Va)	71
5.7	Model IV: Toelichting op exploitatierkening	82
5.8	Model VI: Toelichting op nevenactiviteiten per cluster	83
5.9	Model VII: Sponsorbijdragen en bijdragen van derden	84
5.10	Model VIII: Bartering contracten	85
5.11	Ondertekening	86
6.	Overige gegevens	87
7.	Controleverklaring van de onafhankelijke accountant	88

Verlag Raad van Toezicht

1.1 Algemene informatie

De RvT van NH Media heeft in 2023 zes keer vergaderd met de Algemeen Directeur/Bestuurder David Vink.

Dit betrof:

- Vier reguliere vergaderingen op 8 februari, 19 april, 21 september en 6 december.
 - In de vergadering van 19 april is het Jaarverslag 2022 vastgesteld en heeft de Raad van Toezicht de bestuurder decharge verleend over het gevoerde beleid in kalenderjaar 2022.
 - Op 8 februari en 21 september volgde na de reguliere vergadering een aparte sessie tussen de Bestuurder en de Ondernemingsraad van NH Media.
- Op 5 juli vond een strategiedag plaats voor de RvT en het MT in Abcoude, inclusief de zelfevaluatie van de RvT en een jaargesprek tussen de bestuurder en de remuneratiecommissie (Peter van Barneveld en Jan Koekkoek)
- Op 6 september heeft een separate vergadering plaatsgevonden ter vaststelling van de bekostigingsaanvraag NH Media 2024

1.2 Belangrijke onderwerpen voor de Raad van Toezicht in 2023

- a) De onboarding in de nieuwe huisvesting was begin dit jaar een belangrijk onderwerp. De Raad van Toezicht constateerde dat de verhuizing eind 2022 zeer goed is verlopen en dat NH Media hiermee een omvangrijk en intensief veranderingstraject heeft kunnen afronden. Tijdens een rondgang in het nieuwe kantoor in het M-Gebouw in Hilversum hebben de leden van de RvT gesprekken gevoerd met verschillende medewerkers op hun nieuwe werkplek.
- b) Ook de financieel verantwoording over de verhuiskosten en de investeringen was volledig, transparant en conform eerdere begrotingen.
- c) Na de verhuizing is de samenwerking met AT5 daadwerkelijk verbeterd, ondanks dat de bedrijven nu op verschillende locaties opereren. De aangescherpte samenwerkingsafspraken zijn passend voor de nieuwe situatie.
- d) De bestuurder en het journalistiek managementteam (JMT) hebben, mede op basis van onderzoek door Motivaction en advies van een externe radiodeskundige, een nieuw radioplan gepresenteerd om de teruglopende radiobereikcijfers te stabiliseren.

- e) In de samenwerking op het gebied van regionale advertentiesales tussen Flevoland, Utrecht, NH en AT5 (FUNHA) heeft de bestuurder de pilot geëvalueerd en met de collegabestuurders omgezet tot een meer permanente samenwerking.
- f) Veel aandacht is besteed aan een sterkere focus op collectief denken binnen het RPO. De 7 prioriteiten van het Tweede Fase Concessie Beleidsplan, het datateam en het Transformatieteam zijn gedeelde speerpunten die met enthousiasme worden omarmd door de NH organisatie. Ook is er aandacht besteed aan de initiële financiering vanuit de WaU-gelden en de toekomstige noodzaak om deze investeringen duurzaam te financieren vanuit eigen middelen.
- g) De RvT heeft regelmatig met het MT van NH gesproken over grensoverschrijdend gedrag in de mediasector. Er is geconstateerd dat er voldoende aandacht voor dit onderwerp is. Met een sterke en toegankelijke HR-afdeling en de aanwezigheid van interne en externe vertrouwenspersonen zijn er voldoende loketten waar werknemers terecht kunnen in voorkomende gevallen.
- h) De bestuurder heeft de RvT geïnformeerd dat medewerkers van de afdeling Operations contact hebben opgenomen met de interne vertrouwenspersonen. Er is follow-up aangegeven door gesprekken te voeren met alle betrokkenen.
- i) De RvT heeft de nieuwe OR ontmoet en lopende zaken met hen en de bestuurder besproken. Het overleg tussen bestuurder en OR verloopt constructief en in een goede sfeer. RvT-lid Astrid Elburg onderhoudt regelmatig contact met de voorzitter van de OR.
- j) De zelfevaluatie van de RvT in aanwezigheid van de bestuurder was constructief. De samenwerking verloopt goed en de rolverdeling is duidelijk. Met de verhuizing achter de rug zal de focus van de raad meer gericht worden op de lange termijn strategie van NH Media.
- k) Ook het jaargesprek tussen bestuurder en RvT verliep in goed onderling vertrouwen en in een prettige en constructieve sfeer.
- l) Tijdens de strategiesessie op 5 juli is gesproken over het medialandschap, de rol van de RPO in collectieve digitale transformatie, de redactionele innovatie en de NH organisatie in ontwikkeling.
- m) De positie van NH Media is ook besproken in het kader van recente maatschappelijke -en politieke ontwikkelingen waarbij de aandacht en waardering voor 'de regio' enorm toegenomen is.
- n) Ook de veranderende positie van lokale omroepen en de opkomst van streekomroepen is een externe factor waarover RvT en bestuurder regelmatig van gedachte wisselen.
- o) Sinds november 2021 wordt de redactionele leiding gevormd door een driemanschap (JMT), dat nauw samenwerkt met het MT. De RvT constateert dat dit team goed functioneert voor de uitdagingen waar NH Media momenteel voor staat. De effectiviteit hiervan wordt regelmatig besproken met de bestuurder en het JMT.

- p) Om verbinding en interactie vorm te geven in een digitale context is het [NH Helpt platform](#) ontwikkeld. De RvT zal tijdens de uitvoering hiervan blijven toetsen of dit platform zich ontwikkelt conform de mediaopdracht.
- q) De nieuwe merk identiteit en pay-off 'Thuis in heel Noord-Holland' wordt breed gedragen over alle distributiekkanalen heen.
- r) Enkele RvT leden hebben de door de RPO gefaciliteerde TIAS opleiding voor toezichthouders bij Regionale Omroepen dit jaar afgerond. Zeer interessant om de gepresenteerde stof te bespreken met toezichthouders van andere regionale omroepen.
- s) De bestuurder heeft einde jaar een heroriëntatie op de Mediastrategie aangekondigd waarbij gekeken wordt naar content, formats, kanalen en technologie voor de komende jaren in lijn met de (RPO) collectieve digitale transformatie en de eerste verkenningen naar het aanstaande Concessie Beleidsplan 2026-2030.

De Raad van Toezicht kijkt terug op het jaar 2023 als een jaar waarin alle medewerkers van NH Media opnieuw hun uiterste best hebben gedaan om ook 2023 weer tot een succesvol jaar te maken.

In deze veeleisende tijd wordt er veel van medewerkers gevraagd. Creativiteit en vernieuwingsdrang zijn essentieel om voorbereid te blijven op toekomstige veranderingen. De Raad van Toezicht is onder de indruk van de overvloedige aanwezigheid van deze eigenschappen binnen de organisatie. Dit onderstreept het bewustzijn binnen NH Media van de belangrijke rol die een regionale omroep inneemt, niet alleen in het medialandschap, maar ook in de maatschappij als geheel. Dit geeft vertrouwen dat NH Media goed gepositioneerd is om toekomstige uitdagingen het hoofd te bieden.

De RvT dankt alle medewerkers voor hun bijzondere inzet in het afgelopen verslagjaar en wenst een ieder een mooi en succesvol 2024 toe.

1.3 Over de Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht (RvT) kan maximaal twee termijnen van vier jaar worden benoemd. Na elke jaarvergadering treden één of meer leden af volgens een door de raad opgesteld rooster. De RvT stelt een profiel op voor nieuwe zetels en zorgt voor een evenwichtige samenstelling. Belangenverstremgeling wordt voorkomen en bij mogelijke conflicten kan de RvT besluiten dat betrokken leden niet deelnemen aan de besluitvorming.

De RvT houdt toezicht op intern risicomanagement en controlesystemen door kwartaal- en jaarcijfers te bespreken met het bestuur en jaarlijks de accountant te raadplegen. Ook ontvangt de RvT informatie van het managementteam en de Ondernemingsraad (OR), waarbij minstens jaarlijks overleg plaatsvindt.

Een RvT-lid is aangewezen als contactpersoon voor de OR. Het RvT-lid met financiële verantwoordelijkheid overlegt minstens jaarlijks met de accountant. Zelfevaluatie vindt regelmatig plaats.

Redactionele onafhankelijkheid is gegarandeerd via het Mediastatuut voor de Mediaraad en een Redactiestatuut. De naleving van wet- en regelgeving is primair de verantwoordelijkheid van het bestuur, maar wordt ook door de RvT en de onafhankelijke accountant gevolgd. De bestuurdersvergoeding voldoet aan de Wet Normering Topinkomens en is vergelijkbaar met die bij andere regionale omroepen. RvT-vergoedingen zijn in lijn met regionale omroepnormen.

Hilversum, 17 april 2024

RvT leden en haar portefeuille:

Peter van Barneveld (Voorzitter)

Marcel Mokveld (Vice Voorzitter, Mediazaken)

Lisa van Bommel (Financiën)

Jan Koekkoek (Juridische zaken)

Astrid Elburg (Personeel en Ondernemingsraad)



2. Bestuursverslag

2.1 Algemene informatie

Stichting RTV NH, geregistreerd onder nummer 41224770 bij de Kamer van Koophandel, handelend onder de naam NH Media, produceert dagelijks informatieve content over belangrijke maatschappelijke thema's in de provincie Noord-Holland, waarmee het Noord-Hollanders verbindt. De content van NH wordt continu gedeeld via diverse platforms zoals apps, online en sociale media, televisie en radio. Het hoofdkantoor is gevestigd aan de 's-Gravelandseweg 80, 1217 EW Hilversum, en het streeft niet naar winst.

De stichting heeft een Raad van Toezicht die het beleid van de Bestuurder controleert. De Bestuurder leidt een managementteam dat advies geeft aan en uitvoering geeft aan het beleid van de Bestuurder. De Raad van Toezicht komt regulier vier keer per jaar bijeen en indien nodig vaker, vooral bij belangrijke thema's of momenten in de planningscyclus.

Het programma-aanbod van NH bestaat voor minstens vijftig procent uit eigen producties of producties die exclusief in opdracht van NH zijn gemaakt. De Mediaraad houdt toezicht op het programma-aanbod.

2.2 Samenwerkingen en Digitale Transformatie leidend in 2023

Dit jaar heeft de samenwerking tussen regionale omroepen een grote impact gehad als gamechanger. Door een gezamenlijke aanpak van prioriteiten in de tweede fase van het huidige concessiebeleidsplan is de onderlinge cohesie enorm versterkt. Het Datateam en het gebruik van Smartocto als redactie-ondersteunend systeem hebben data-geïnspireerde journalistiek tot een gemeenschappelijke uitdaging en kans gemaakt binnen het Regionaal Publieke Omroep (RPO) landschap.

Het Transformatieteam heeft zich ook sterk ontwikkeld en drijft de innovatiekalender als een collectief fenomeen, waar veel (jong) talent van verschillende omroepen bezig is met een gemeenschappelijke toekomst. NH Media participeert actief in deze ontwikkelingen en motiveert medewerkers om actief deel te nemen aan toekomstgerichte discussies en participatie. Samenwerking binnen het publieke bestel en digitale transformatie zijn dit jaar de belangrijkste thema's geweest bij NH Media, en deze zullen de komende jaren blijven evolueren.

2.3 Het eerste jaar in het M-Gebouw in Hilversum

Het eerste jaar op de nieuwe locatie in Hilversum is succesvol verlopen. Hoewel het even wennen was om te opereren in een bedrijfsverzamelgebouw, hebben de medewerkers snel hun plekje gevonden. De gedeelde faciliteiten, zoals vergaderruimtes, het restaurant, leenfietsen en een pendelbusje van/naar het station, worden goed benut, evenals de

greenkey studio. Gedurende het jaar zijn er aanpassingen gedaan om de functionaliteit te verbeteren, waaronder akoestische verbeteringen. De nieuwe locatie en AV/ICT systemen vragen natuurlijk om aanpassingen in workflows en processen. De afdeling Planning en Productie is opnieuw ingericht om hierop in te spelen, evenals de processen op- en rondom de regie. Themabijeenkomsten en inspiratiesessies worden georganiseerd om het aantrekkelijk te maken voor mensen in de regio om hun collega's in Hilversum te ontmoeten.



2.4 De nieuwe Audio Visuele Infrastructuur

Met de verhuizing is alle AV-infrastructuur vernieuwd. Na uitgebreid oefenen, trainen en het doorvoeren van de laatste wijzigingen zijn de nieuwe IP-regie en radiostudio's volledig bekend bij de gebruikers. Gemiddeld vinden er twee keer per week opnames plaats in de gezamenlijke greenkey studio van het M-gebouw, die bediend wordt door onze eigen IP-regie. Daarnaast wordt dagelijks een live gepresenteerde AT5 nieuwsuitzending vanuit de OBA Oosterdok geregisseerd bij NH. Dit gebeurt afwisselend vanuit de Centrale Regie in Hilversum of met remote bediening bij AT5 in de OBA, met behulp van de infrastructuur in Hilversum. De gekozen IP-techniek met remote bediening heeft zeker zijn vruchten afgeworpen, met maximale flexibiliteit en kostenefficiëntie als resultaat.

2.5 Upgrade ICT

Het hybride werken met laptops en mobiele telefoons is altijd al een integraal onderdeel geweest - en is nu meer dan ooit - van het DNA van NH Media, vanwege ons gedecentraliseerd model met regioverslaggevers. In 2023 hebben we samen met onze IT-leverancier wel opnieuw van mobiele provider gewisseld, vanwege te veel storingen bij de oude provider. Bij NH Media is communicatie van essentieel belang, en ook voor radio-uitzendingen wordt veel gebruik gemaakt van mobiele communicatie (verslaggevers komen soms live in de uitzending via de telefoon). De overstap naar Microsoft 365 heeft geleid tot een upgrade op het gebied van efficiëntie, communicatie en cybersecurity.

2.6 Doorontwikkeling Web en App

Het afgelopen jaar is veel tijd en energie gestoken in de doorontwikkeling van onze web- en app-omgevingen. Het technische platform is volledig gemigreerd naar een nieuw framework, wat de basis legt voor toekomstige innovaties, stabiliteit en eenvoudig onderhoud. Daarnaast zijn verbeteringen aangebracht aan de gebruikerservaring, zoals aanpassingen aan het design, de navigatie en de presentatie van content.

Specifieke ontwikkelingen omvatten onder andere een nieuw platform voor het terugkijken van uitzendingen, verbeterde integratie van videocontent, aanpassingen aan de functionaliteit voor regionaal nieuws in de apps en uitgebreidere integratie van analytics. Deze verbeteringen stellen ons in staat om gebruikers nog beter van dienst te zijn met onze digitale nieuws- en mediadiensten.

Op het gebied van infrastructuur is geïnvesteerd in optimalisatie van servers, databases en bibliotheken om de prestaties en stabiliteit te verbeteren. Ook zijn maatregelen genomen om piekbelasting beter op te vangen.

Al met al zijn er dit jaar aanzienlijke stappen gezet in de doorontwikkeling van onze digitale dienstverlening. We blijven streven naar innovatie en verbetering van de gebruikerservaring om consumenten ook in de toekomst hoogwaardige en betrouwbare nieuws- en mediadiensten te kunnen bieden.

2.7 Artificial Intelligence (AI). Experimenteren en discussiëren over de ethische kwesties

Het afgelopen jaar hebben we geëxperimenteerd en flink geïnvesteerd in de integratie van AI-technologieën. Zo is er gewerkt aan automatische generatie van weerberichten en samenvattingen van artikelen met behulp van AI. Ook zijn we gestart met het toepassen van AI voor SEO-optimalisatie van onze content en het herkennen en classificeren van content op onderwerp en in het gebruikersbehoefte model.

Andere AI-toepassingen die dit jaar zijn geïmplementeerd zijn onder meer gerelateerde artikel aanbevelingen en integratie met Dall-E voor gegenereerde afbeeldingen. We zien dat deze nieuwe mogelijkheden een langzame adoptie kennen binnen de redactie.

Qua infrastructuur is de nodige tijd gestoken in uitbreiding van onze AI-modellen en het opzetten van de benodigde backend services voor een stabiele en schaalbare werking. Ook is er geïnvesteerd in opslag- en rekencapaciteit om de AI-workloads aan te kunnen.

We zien AI als een belangrijke bouwsteen voor de toekomst van ons digitale platform. In het komend jaar zullen we doorgaan met adoptie van nieuwe AI-technieken om de meerwaarde voor onze gebruikers verder te vergroten. Zo staan uitbreidingen op het gebied van personalisatie, voice-technologie en multimediale content op de roadmap.

Tegelijkertijd blijven we met elkaar- en in RPO verband in gesprek over de ethische kwesties. Deze discussie is on-going aangezien elke nieuwe gebruikstoepassing vraagt deze discussie opnieuw te voeren.

2.8 Technische samenwerking lokale omroep POA/AT5

POA/AT5 maakt gebruik van de infrastructuur van NH Media. Beide partijen slaan hun content centraal op, werken met hetzelfde nieuwsroomsysteem en delen dezelfde web-/app-omgeving. Er vindt een aanzienlijke uitwisseling van content plaats tussen beide partijen.

De technische samenwerking met AT5 heeft extra aandacht gevraagd in de nieuwe opzet, waar NH Media en POA/AT5 vanaf verschillende locaties opereren. Door organisatorische verschillen tussen de redacties was extra inspanning nodig om de content en functionaliteit goed op elkaar af te stemmen.

We zien echter dat naarmate de processen beter op elkaar worden afgestemd, de samenwerking steeds efficiënter verloopt. Zelfs de gezamenlijke regie met remote bediening vanuit Amsterdam functioneert nu uitstekend.

Voor 2024 staat verdere stroomlijning en automatisering van de contentuitwisseling tussen beide organisaties hoog op de prioriteitenlijst.

2.9 Merkidentiteit NH Media in een nieuw tijdperk

2.9.1 De implementatie van NH Thuis in heel Noord-Holland

Eind november 2022 zijn we verhuisd naar onze nieuwe locatie in Hilversum en hebben we vol trots ons nieuwe beeldmerk en pay-off 'NH, Thuis in heel Noord-Holland' geïntroduceerd. Deze veranderingen markeren het begin van een veelbelovend hoofdstuk en een toekomstbestendig merk voor NH Media.

Het proces van het wijzigen van een huisstijl is intensief en vereist veel aandacht, met een lange doorlooptijd. In 2023 is er hard gewerkt aan de implementatie van alle aspecten, waaronder het plaatsen van het logo op elektronische programmagidsen (epg's), het bestickeren van bedrijfswagens, merchandise, stationary en het verfijnen van de laatste details op de werkvloer. Daarnaast is de tv-vormgeving gedurende het jaar verder geëvolueerd, waarbij vanuit de primaire basiselementen is doorontwikkeld om een rijker en gevarieerder beeld voor de kijker te creëren. Deze subtiele veranderingen hebben bijgedragen aan de algehele verfijning van het nieuwe ontwerp, waar de hele organisatie veel tijd en aandacht aan heeft besteed.

Voorbeelden van onze nieuwe huisstijl zijn te zien in online video's op onze eigen kanalen en Facebookcampagnes met het centrale thema 'Thuis in Heel Noord-Holland', een brandmanual, merkgids, diverse persberichten, advies op het gebied van marketing en communicatie voor partneromroepen NH Gooi en Weeff, interne animatievideo's met een overzichtelijke tijdlijn, een nieuwe vormgeving van ons jaarverslag, het Regio Songfestival en NH Helpt.

2.9.2 De redactionele inhoud staat centraal in de campagne

In 2023 hebben we bewust gekozen voor campagnes buiten onze eigen kanalen. Met de 6-delige Facebookcampagne 'Thuis tussen ...' bereikte NH 500.000 unieke Facebook gebruikers. Een advertentie in het Max Magazine met de aankondiging van de nieuwe radioshow van June Hoogcarspel was terug te vinden in een oplage van 245.000 magazines.

Op het podcastplatform Podimo werden fervente luisteraars maar liefst 220.000 keer bereikt met de boodschap om ook naar de NH-podcast De Egmondse Vluchtelingenboot te luisteren en dit resulteerde in 220.480 audio-impressies. Zo hebben wij met succes de boodschap verspreid buiten de vertrouwde grenzen. Onze merkcampagne, met succesvolle inzet op sociale media en lokale evenementen zoals Pride Alkmaar, de Alkmaar Wandelvierdaagse, Sail, Schiphol zomervakantie, Zandvoort, |de Zomertoer, radio, en de Vluchtelingenboot, heeft positieve resultaten opgeleverd.

De Facebookcampagnes raakten ontegenzeggelijk een snaar met een gemiddeld klikpercentage van 2 per 1000 vertoningen overstegen de advertenties de verwachtingen en de resultaten in de benchmark (0,5%).



2.9.3 Groei in naamsbekendheid

De inspanningen blijven ook buiten de muren van het nieuwe kantoor niet onopgemerkt. We zijn op de goede weg met een stijging van 2% in de naamsbekendheid in 2023.

- 2020: 75%
- 2021: 80%
- 2022: 80%
- 2023: 82%

Onze voortdurende toewijding aan groei en verbetering werpt vruchten af. We bouwen aan een homogeen NH merk in het dynamische medialandschap.

Bron: Motivaction/RPO – Bereik- en waarderingsonderzoek regionale omroepen.



2.10 Journalistiek verslag

2.10.1 Het verhaal van NH

Wij vertellen het verhaal van Noord-Holland, een provincie die uitmondt in diversiteit. Daarom brengen we het verhaal van Haarlem, Alkmaar, West-Friesland, de IJmond, Amsterdam en Amstelland, Het Gooi, de Noordkop, Haarlemmermeer en Schiphol, de Zaanstreek, de Rijk en Waterland. In al deze gebieden zijn onze journalisten actief. Ze leggen verbindingen met de mensen en onderzoeken de impact van zowel grote als kleine ontwikkelingen op de lokale gemeenschappen. Ze peilen wat hen bezighoudt, waar ze tegenaan lopen, maar ook welke ideeën ze hebben en wie het verschil maakt.

Onze regioteams werken decentraal, maar ze zijn niet geïsoleerd. Een sterke centrale redactie vult de verhalen aan met context en achtergrondinformatie, zorgt voor een betere distributie, controleert de verhalen dubbel en bevordert samenwerking tussen teams waar nodig.

2.10.2 De redactionele pijlers

1. Verankerd in de samenleving

Met onze bottom-up verslaggeving zijn we stevig verankerd in Noord-Holland. We hebben de provincie opgedeeld in tien regio's, elk met een unieke identiteit. In elke regio opereert een journalistiek team bestaande uit vier redacteuren en verslaggevers, onder leiding van een coördinator. Deze regiojournalisten werken crossmediaal, waarbij ze hun verhalen zowel online op ons eigen platform als op radio en televisie presenteren.

- ❖ Een verhaal dat klein begint, maar een grote regionale impact heeft. In West-Friesland maakten we [een verhaal](#) over een Enkhuizer moeder die haar leefgeld vergat mee te nemen uit de pinautomaat. Het geld was bedoeld voor eten voor het gezin die week. Na het nieuws stroomden de steunbetuigingen binnen en maakte de redactie West-Friesland [verschillende follow-ups](#) voor website, app, socials, radio en tv.
- ❖ Tijdens zomerstorm Poly is de verankering van onze regioteams in de provincie duidelijk zichtbaar. Vanuit de gehele provincie brengen onze verslaggevers en redacteuren het laatste nieuws, video's en foto's. We informeren ons publiek met een [liveblog](#) met verhalen vanuit alle regio's. De verhalen tonen de [impact](#) van de storm op de samenleving. Als de storm is gaan liggen maken we verhalen over hoe er door de samenleving samen wordt opgetrokken bij het opruimen.

2. Inspiratie en verbinding

We hebben niet alleen oog voor de problemen, maar ook voor de oplossingen. Met onze verhalen willen we inspireren en verbinden. We hebben aandacht voor de mensen in de regio die het verschil maken, die mooie dingen doen. Of mensen die goede ideeën hebben en oplossingen bedenken voor grote en kleine problemen.

- ❖ Zo maakten we een verhaal over de Hoornse Jan die met Pasen voor [200 kinderen chocolade-eieren verstoppt](#) in de speeltuin.
- ❖ We brachten in kaart wat Noord-Hollanders met behulp van wat provinciale subsidie zelf kunnen doen met het vergroenen van hun buurt.
- ❖ We zetten verschillende Noord-Hollandse pioniers in de spotlight. Bijvoorbeeld het verhaal van Tim uit Amsterdam die er voor zorgde dat er vanuit buurthuizen maaltijden worden verzorgd voor wie dat nodig heeft. Of het verhaal van hovenier Roger die in zijn vrije tijd samen met andere vrijwilligers tuinen opknapt. Of het verhaal van een groep bewoners die ervoor zorgden dat het buurtcentrum in Wormerveer open kon blijven.
- ❖ Het verhaal van de afgekickte Marion uit Den Helder die [zelf een AA-groep](#) startte.
- ❖ In de serie Strijders delen inspirerende Noord-Hollanders hun ervaring. Zoals arts in opleiding Amber die met haar nieuwe initiatieven [de zorg wil verbeteren](#) of Abdelhamid die ooit zelf een kansarme jongen was maar [die groep nu ondersteunt](#).

3. Interactie met het publiek

Voor een publieke organisatie is het belangrijk om aanspreekbaar en laagdrempelig te zijn voor het publiek. Onze regioverslaggevers werken vanuit de samenleving en zijn zichtbaar. Naast ons kantoor in Hilversum beschikken we over diverse laagdrempelige steunpunten in bijvoorbeeld Alkmaar en West-Friesland. Ook via onze platformen en met onze verhalen en vertelvormen maken we voortdurend verbinding met ons publiek.

- ❖ Op Texel organiseerden we een pop-upredactie rondom de vraag: Heeft Texel de grens van toerisme bereikt? Op het eiland namen een deel van de redactie tijdelijk haar intrek in het glazen huisjes in Den Burg. Vanuit daar brachten we verhalen, radioprogramma's en videoreportages. Publiek kon meepraten via de digitale kanalen, maar was ook meer dan welkom om langs te komen bij [de tijdelijke redactieruimte](#).
- ❖ Samen met het Kieskompas onderzochten we rond de Provinciale Statenverkiezingen wat de Noord-Hollanders de belangrijkste provinciale verkiezingsthema's vonden. Onder meer met die uitkomsten organiseerden we een [interactieve meetup](#) waar de lijsttrekkers met Noord-Hollanders in gesprek gingen.

4. Diversiteit

Als publieke organisatie streven we naar meer diversiteit, niet alleen binnen onze redactionele teams, maar ook in de verhalen die we vertellen en de bronnen die we raadplegen. We geloven dat een diverse en inclusieve benadering essentieel is voor het nauwkeurig weergeven van de complexe realiteit van Noord-Holland en het bevorderen van begrip en verbondenheid in onze gemeenschap.

- ❖ In 2023 hebben we een werkervaringsplek kunnen bieden aan een voormalige Syrische vluchteling, wat eind 2023 is omgezet in een jaarcontract. Samen met een stagiaire met een soortgelijke achtergrond is een team gevormd en is er een serie reportages gemaakt over de Syrische vluchtelingen die rond 2017 naar Noord-Holland kwamen. Hoe is het hen vergaan? Hoe hebben ze een nieuw leven opgebouwd? Het resultaat is een indrukwekkende reeks persoonlijke portretten die een ander licht werpt op het vluchtelingenvraagstuk. De serie wordt begin 2024 uitgezonden op onze online kanalen en tv.
- ❖ Ook op het gebied van leeftijd streeft NH naar diversiteit. In 2022 zijn we gestart met een jongerenpanel; een selecte groep betrokken jongeren tussen de 17 en 23 jaar die meedenken over onze onderwerpen, de manier waarop we ze presenteren en onze communicatiekanalen. In 2023 hebben hun adviezen en suggesties geleid tot verschillende producties, met name op sociale media. Bijvoorbeeld rondom Prinsjesdag waar naast een [explainer](#) vooral ruimte was om [jongeren zelf aan het woord te laten](#). Waar vinden zij dat de Overheid geld aan moet uitgeven?

5. Opleiden en kweekvijver

NH is een organisatie die kennis deelt en medewerkers de kans biedt zich binnen hun functie te ontwikkelen. We streven ernaar een broedplaats te zijn voor journalistiek talent. Daartoe hebben we een opleidingscoördinator aangesteld, die zowel intern als extern diverse opleidingen en trainingen organiseert of faciliteert. Steeds vaker worden trainingen gezamenlijk met andere Regionale Omroepen georganiseerd.

- ❖ Afgelopen jaar hebben diverse stagiaires waardevolle ervaring opgedaan op de diverse redacties van NH. Ze werkten nauw samen met ervaren journalisten, pasten hun vaardigheden toe en droegen bij aan de dagelijkse nieuwsproductie voor onze verschillende platforms. Deze ervaring heeft niet alleen hun professionele groei bevorderd, maar heeft ook NH verrijkt met nieuwe inzichten en frisse ideeën vanuit de jongere generatie.
- ❖ In 2023 viert NH het tiende jaar van samenwerking met de Hogeschool van Amsterdam via het project Studentenenwerk. Binnen dit project beoordeelt NH documentaire pitches en zenden we 10 documentaires uit die gemaakt zijn door studenten van de minor Video en TV aan de HvA, onderdeel van de opleiding Media, Informatie en Communicatie, in opdracht van onze zender. Deze samenwerking stelt NH in staat talent te ontdekken en geeft jonge makers de kans om hun werk aan een groot publiek te tonen.

6. Journalistieke innovatie

De samenleving verandert, de technologische ontwikkelingen gaan snel. NH is zich voortdurend aan het vernieuwen. We zijn continu op zoek naar nieuwe vertelvormen en tools die ons kunnen helpen om nog meer aansluiting te vinden en nog beter ons verhaal te vertellen.

- ❖ Wat als je als journalist niet wacht tot de mensen naar jou toe komen, maar je zoekt ze zelf op? In 'Stand van NH' maakten we verschillende portretten achter de voordeur. Welke thema's vinden zij belangrijk? Welke problemen ervaren zij en welke kansen zien ze? 'Stand van NH' is een project van NH Nieuws, waarbij we verder willen kijken dan de waan van de dag. Het team gaat de regio in, belt aan en gaat in gesprek. Dit deden we bijvoorbeeld in de [IJmond](#).
- ❖ In aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen vroegen we een breed scala Noord-Hollanders een brief te schrijven aan de nieuwe regering en deze met ons te delen. In de brief schreven ze over hun wensen, zorgen, prioriteiten en ideeën. Dat leverde mooie verhalen op van onder andere de Hilversumse [Youssef en Mo](#), de Amsterdamse [Jennifer](#) en de Heemskerkse [Marja](#).



2.10.3 Samenwerkingen

Als publieke organisatie streven we naar samenwerking met nieuwsorganisaties op lokaal, regionaal en landelijk niveau, evenals met maatschappelijke organisaties. Deze samenwerkingen stellen ons in staat om een breed scala aan perspectieven te bieden en onze impact op de samenleving te vergroten.

Metropool Amsterdam

We hebben samen met AT5, omroep Flevoland en RTV Utrecht een metropoolredactie en platform opgezet, waarin we het nieuws vanuit de metropoolregio verslaan. Hierin werken we samen met de MRA.

Samenwerking onderwijs

Het afgelopen jaar hebben we de samenwerking met onderwijsinstellingen verder aangehaald. Vanuit de redactie in het Gooi werken we nauw samen met een aantal scholen. Met het MBO-college Hilversum hebben we een vervolg georganiseerd op het project

NieuwsLokaal Hilversum. Studenten van het Hilversumse stagebureau MOOS hebben meegewerkt aan verschillende lokale tv-uitzendingen van NH Gooi. Samen met hen hebben we in het centrum van Hilversum een studio gerealiseerd waar uitzendingen en opnames gemaakt kunnen worden. Vanuit NH trainen we de studenten die vervolgens zelfstandig met de studio aan de slag kunnen. Het is de bedoeling dat de studio een belangrijke rol gaat spelen bij het MediaCentrum in oprichting dat in de komende jaren in het centrum van Hilversum komt.

Lokale samenwerkingen

In 2023 hebben we, zoals in voorgaande jaren, ingezet op lokale samenwerkingen, waarin NH een pioniersrol vervult. Het doel is de lokale nieuwsvoorziening te optimaliseren door krachten te bundelen op zowel inhoudelijk als facilitair vlak, wat meer middelen vrijmaakt voor de inhoudelijke kwaliteit. Dit resulteert in verbeterde lokale en regionale journalistiek binnen de publieke sector.

Door het delen van onze faciliteiten kunnen lokale en streekomroepen kosten besparen, wat ten goede komt aan de kwaliteit van de inhoud en een efficiëntere besteding van gemeenschapsgeld mogelijk maakt.

Dankzij onze pioniersrol hebben we financiering ontvangen vanuit OCW voor het project NH Lokaal, waarbij gezamenlijke nieuwsredacties zijn opgezet en facilitair ondersteund bij lokale en streekomroepen. Dit omvatte onder andere een uitzendset voor live registraties, een nieuwsapp, een cms-systeem en playout-systemen. Ook hebben we een opleidingscoördinator en een onderzoeksjournalist ter beschikking gesteld aan de samenwerkende redacties. Het project is in 2023 afgerond en heeft geleid tot een duurzame versterking van de samenwerkingen, waarop de komende jaren kan worden



voortgebouwd. Met streekomroepen zoals NH Gooi, Streekstad Centraal en Weeff hebben we gezamenlijke nieuwsredacties opgezet, wat onze slagkracht in die regio's heeft verdubbeld. Ook hebben we met AT5 de gemeenschappelijke redactie voor Amsterdam uitgebreid, en met AT5 en Omroep Flevoland een Metropool Redactie opgezet, die zich richt op economische en maatschappelijke verhalen binnen de Metropool Regio, die lokale en provinciale grenzen overschrijdt.

Samenwerking maatschappelijke organisaties

Met de informatieve projecten werken we nauw samen met een toenemend aantal partners. Het programma Natuurlijk Noord-Holland komt samen met natuur- en natuurbeheerorganisaties tot stand waarbij bijvoorbeeld Natuurmonumenten, Landschap Noord-Holland of de waterschappen hun input geven.

Met het crowdfundingplatform [Voor de Kunst](#) hebben we een samenwerking waarbij inhoudelijk interessante producties gedeeld worden. Zo kwamen er in 2023 twee documentaires tot stand waaronder het verhaal van [piloot Rienke](#) uit Bergen. Voor onze serie Ons Dorp, over historisch beeldmateriaal, werken we nauw samen met het Noord-Hollands archief en met meerdere culturele instellingen zijn er coproducties zoals de Roze Filmdagen waarmee we meerdere [LHBTQ+ verhalen](#) realiseerden. In 2023 werkten we samen met Stichting Jongerenambassadeurs aan ons jongerenpanel. Vanuit de Stichting Jongerenambassadeurs worden jongeren begeleid in het proces. Daarnaast speelt de stichting een rol in de werving van nieuwe leden. De samenwerking wordt in 2024 verder voortgezet.

Samenwerking regionale en landelijke omroepen

Na de succesvolle eerste serie van Expeditie Nederland in 2022 rolde er een vervolg uit deze samenwerking met alle regionale omroepen en Omroep MAX. Voor dit magazine op NPO2 met verstrooiende verhalen maakte NH 10 reportages die we zelf ook op tv en online publiceerden. Op NPO2 is het programma NZOW (Noord-Zuid-Oost-West) inmiddels ook een vaste waarde. In deze serie, een samenwerking met Omroep MAX, worden programma's en items van alle regionale omroepen waaronder NH herhaald.

Nieuwkomer dit jaar was het project Regio Songfestival waarvoor alle regionale omroepen een intensieve samenwerking met elkaar aangingen. Elke omroep organiseerde een voorronde waarbij een muzikant of groep werd uitgekozen om zijn of haar provincie te vertegenwoordigen. Bij NH won [zangeres Emma](#) 'onze' regionale finale. Met alle regionale omroepen organiseerden we vervolgens een [landelijke finale](#) die door ruim een half miljoen mensen werd bekeken.

Samenwerking NOS/Bureau Regio

Nieuws houdt niet op bij de gemeentegrenzen of provinciale grenzen. Daarom is er op dagelijkse basis nauw contact met de NOS en andere regionale omroepen. Welke regionale onderwerpen spelen er die ook voor andere regio's interessant zijn? Welke onderwerpen kunnen landelijk vertaald worden of naar de regio? Waar kunnen we de krachten bundelen? Deze communicatie verloopt grotendeels via Bureau Regio. Die stelt ook het dagelijkse regiojournaal samen op de landelijke televisie.

2.10.4 Onderzoeksjournalistiek

Tegels lichten is belangrijk voor elke nieuwsorganisatie, we controleren de macht en agenderen kwesties die spelen in de samenleving. Dit heeft geleid tot verschillende onderzoeksverhalen. Enkele voorbeelden:

- Een noodkreet vanuit het PWN leek lange tijd aan dovemans oren gericht. Onze redactie zocht het uit en publiceerde een reeks verhalen die deze kwestie aan de kaak stelde. [Giftige lozingen op IJsselmeer brengen ons drinkwater in gevaar - NH Nieuws](#)

- Het viel onze provinciale verslaggever op dat een van de statenleden maar zelden aanwezig was en toch een vergoeding opstreek. [Statenlid Baljeu krijgt 1.300 euro per maand, maar is het meest afwezig - NH Nieuws](#)
- Door aanwezig te zijn in de regio worden signalen uit de samenleving opgepikt. De zorgen om een groep jongeren die de omgeving terroriseerden leidden tot een reeks artikelen. [Fatbike-bende teistert regio Haarlem: politie en gemeenten machteloos - NH Nieuws](#)
- Een landelijke kwestie met grote regionale en lokale impact. [Meeste gemeenten falen in huisvesten statushouders, grootste achterstand in Amsterdam - NH Nieuws](#)
- Een onderzoek naar de oorzaak van het toenemende voetbalgeweld in Alkmaar. [Cocktail aan fouten leidde tot geweldsexplosie bij AZ - NH Nieuws](#)
- Het verhaal achter de cijfers. Op zoek naar de herkomst van gevonden spullen op het strand van Egmond. [De Egmondse vluchtelingenboot - NH Nieuws](#)

2.10.5 Interactie

NH Interactief

Onze ambitie om breder en laagdrempeliger met ons publiek te communiceren op onze eigen online kanalen heeft geleid tot het project NH Interactief. Dit interactieve platform stelt ons in staat om het contact met onze doelgroepen binnen de NH-omgeving uit te breiden, waardoor we minder afhankelijk worden van grote platforms zoals Facebook, Instagram en X.

NH Interactief omvat verschillende onderdelen, waarvan we eind 2023 met de eerste fase zijn gestart, genaamd NH Helpt. Dit project fungeert als een soort 'Marktplaats' waar ons publiek online vraag en aanbod kan plaatsen om rechtstreeks in contact te komen met mogelijke matches, zonder dat er geld aan te pas komt, omdat NH Helpt draait om belangeloze hulp.

Vanuit dit platform halen we inhoudelijke verhalen die passen binnen onze nieuwsvisie, met aandacht voor initiatieven van burgers, die vervolgens worden geproduceerd voor onze nieuws- en informatieve platforms, inclusief een NH Helpt programma op radio en tv.



In 2024 zal NH Interactief verder worden ontwikkeld en uitgerold, waardoor ook andere RMI's kunnen aansluiten op het technische en conceptuele platform dat in 2023 door NH Media is ontwikkeld. De volgende te realiseren onderdelen van dit interactieve platform zijn:

- Een forum waarin discussies kunnen worden gevoerd over nieuwsartikelen of thema's.
- Een interactieve Uitagenda die toegankelijk is voor (evenementen)organisaties zelf.
- Een stemmodule, zoals een stelling, een radio top 100 of een spelletje.

Jongerenpanel

In 2022 zetten we de eerste stappen om een jongerenpanel op te richten, in samenwerking met Stichting Jongerenambassadeurs. In 2023 hebben we dit verder vormgegeven. Een diverse groep jongeren tussen de 17 en 23 jaar kwam meerdere keren samen met enkele redactieleden om te praten over onderwerpen als nieuwskeuzes, vormgeving, kanalen en beeldtaal. De eerste bevindingen zijn gebundeld in een verslag dat na de zomer, in aanwezigheid van de jongeren zelf, is gepresenteerd aan de mediaraad.

Na de zomer zijn we begonnen met het maken van de eerste producties op basis van de onderzoeksresultaten. Op sociale media hebben we geëxperimenteerd met verschillende vormen van stand-ups van verslaggevers en hebben we jongeren zelf meer aan het woord gelaten over thema's die hen interesseren. Ook zijn we, mede naar aanleiding van de bevindingen van het panel, vaker de straat op gegaan om jongeren te vragen naar hun mening over actuele zaken. Daarnaast geven we nu meer context bij grote thema's zoals Prinsjesdag en Verkiezingen.



NH Nieuwspanel

In 2023 heeft het NH Nieuws-panel 6 onderzoeken uitgevoerd, variërend van verkiezingen tot het WK voetbal voor vrouwen en vuurwerk. Met name het onderwerp vuurwerk trok een recordaantal deelnemers, met in totaal 2.658 respondenten die hun mening deelden. Daarnaast hebben we ook op regionaal niveau onderzoek gedaan, zoals het peilen van de

mening van inwoners uit metropoolgemeenten over de metropoolregio en het onderzoeken van het favoriete eten van West-Friezen. Deze onderzoeken resulteerden niet alleen in cijfers, maar ook in persoonlijke verhalen van mensen uit onze provincie die verband hielden met het onderzoek. Het aantal panelleden groeide van 5.800 naar 6.400.

Interactie in formats

In 2023 hebben we verschillende formats (door)ontwikkeld waarbij de interactie met ons publiek centraal stond in het vergaren van nieuws en onderwerpen. Samen met Kieskompas hebben we verschillende onderzoeken uitgevoerd naar welke thema's er leven bij de Noord-Hollanders. Over deze thema's hebben we verschillende meetups georganiseerd waarbij betrokkenen met elkaar over het onderwerp in gesprek gingen. Dit deden we onder andere over het [huisartsentekort](#) en [natuur](#). Op onze digitale kanalen hebben we de interactie opgezocht in onder meer Instagram Stories, polls op de website en in onze regionale Facebookgroepen.

Radio

In 2023 heeft NH na een grondig voorbereidingsproces enkele aanpassingen doorgevoerd in de radioprogrammering. Gezien het feit dat NH op het gebied van marktaandeel en bereik nog ondermaats presteert, verwachten we met deze veranderingen meer luisteraars aan te trekken.

We richten ons specifiek op een wat oudere doelgroep, namelijk de actieve 60-plussers, die een groeiende aanwezigheid hebben in het regionale radiolandschap. Hierdoor hebben we de muziekselectie aangepast en de verhouding tussen muziek en gesproken woord herzien, met 'lichtere' uren tussen 10.00 en 12.00 en 14.00 en 16.00 uur waar meer ruimte is voor muziek. Het regionale nieuws krijgt op vaste momenten een prominente plaats, en we brengen steeds meer lokale verhalen, onder andere via onze regioverslaggevers.

De meeste stemmen en anchors op weekdays zijn behouden gebleven, aangezien zij de kern vormen van onze radioprogrammering.

Maandag t/m vrijdag	Zaterdag	Zondag
06.00-10.00 De Ontbijttafel	08.00-10.00 De Agenda	08.00-10.00 De Agenda
10.00-12.00 Goeiemorgen!	10.00-12.00 NH Sportcafé	10.00-12.00 Tekst & Uitleg
12.00-14.00 June tot Twee	12.00-14.00 NH Helpt	12.00-14.00 Adres Onbekend
14.00-16.00 Goeiemiddag!	14.00-17.00 Duizend van Driessen	14.00-17.00 Muziekmiddag
16.00-19.00 Vandaag de Dag	17.00-19.00 Helemaal NH	17.00-19.00 NH Sport

Podcastproducties zijn inmiddels een vast onderdeel in het luisteren van on demand audio. In 2023 publiceerden we 2 grote podcastseries:

- [De Egmondse Vluchtelingenboot](#). Over de zoektocht naar de herkomst van spullen in een aangespoelde rubberboot.
- [Weggegumd](#). Over de zoektocht naar Ilse Wagner, vriendin van Anne Frank.

Informatieve programmering

De informatieve tv-programmering bij NH hanteert vaste thema's op specifieke dagen. Na het dagelijkse nieuws om 17 uur worden 1 of 2 programma's uitgezonden, variërend van 4 tot 16 minuten. Deze programma's behandelen thema's zoals sport, economie/duurzaamheid, verbinding, kunst en cultuur, natuur en geschiedenis.

We streven naar een crossmediale aanpak: naast het tv-programma is er altijd een online publicatie en vaak ook een bijdrage op de radio. Onze informatieve programmering omvat zowel vaste terugkerende programma's als nieuwe series, zoals Bureau NH; ons opsporingsprogramma in samenwerking met politie en OM.

Tv-programmering 2023

Economie

[Pak an Groen](#). Over duurzaamheid van bedrijven en particulieren.

Verbinding

[Iconen](#). Portretten van bekende Noord-Hollanders.

[Strijders](#). Over individuele doorzetters die iets bijzonders bereiken.

[Airtime](#). Met Schiphol nieuws en de laatste vliegtuig weetjes.

[Real Sranang](#). Human interestserie over deze bijzondere migrantenclub.

[Zomertour, ziel van de regio](#). Over de identiteit van onze 10 regio's.

[Besties](#). Over langdurige vriendschappen.

Kunst en cultuur

[Culture Club](#). Magazine over alle kunstdisciplines.

[Regio Songfestival](#). Wie wordt de beste artiest of groep van Noord-Holland?

[De Kunst van Verzet](#). Over Kunstenaars als verzetshelden.

Natuur

[Natuurlijk NH](#). Actueel natuurmagazine over bijzondere en kwetsbare natuur.

[Koken met Kok](#). Natuur- en kookprogramma in 1!

[Expeditie NH](#). Journalistieke serie over diverse thema's (partnercontent)

Geschiedenis

[Ons Dorp](#). Met nostalgische oude beelden.

[De Verdwenen stad](#). Geschiedenisserie over Haarlem.

[Wastora](#). Driedelige serie over het oude imperium aan de zaan.

[Langs de Hollandse waterlinies](#). (partnercontent)

[Een Museum voor Amsterdam](#). (partnercontent)

Sport

[NH Sport](#). Wekelijks sportmagazine.

[De Aftrap](#). over de Noord-Hollandse clubs.

Naast onze reguliere programmering, die wordt aangevuld met partnercontentproducties en ongeveer 15 documentaires, spelen evenementen een cruciale rol in onze programmering. Deze evenementen zijn kenmerkend voor onze 10 diverse Noord-Hollandse regio's en dragen bij aan hun identiteit. In 2023 hebben we live of semi-live verslag gedaan van 32 van dergelijke evenementen.

Informatief – Partnercontent

Partnercontent volgt de redactionele richtlijnen van NH en maakt gebruik van de inhoudelijke pijlers van ons informatieve programma als basis voor nieuwe projecten. Hierbij worden live-uitzendingen van evenementen, series, documentaires en podcasts vaak als geschikte vormen gebruikt. Deze verhalen worden crossmediaal verspreid, zowel op onze eigen kanalen als op externe kanalen van partners.

De partnerproducties van 2023:

Evenementen

- [NN Egmond Halve Marathon](#) - Partners: Le Champion en Nationale Nederlanden
- [Bloemencorso Bollenstreek](#) - Partner: Provincie NH
- [Wandel4Daagse Alkmaar](#) - Partner: Le Champion



Media

- [Swim to Fight Cancer Haarlem](#) - Partner: Organisatie Swim to Fight Cancer
- [Sail Den Helder](#) - Partner: Provincie NH
- [Zeehavendagen Amsterdam](#) - Partner: Amports
- [Dam tot Damloop](#) - Partners: Le Champion en Provincie NH
- [TCS Amsterdam Marathon](#) - Partner: Le Champion

Documentaire

- [Een Museum voor Amsterdam](#) - Partner: Stichting Amsterdam Museum

Podcast

- [Weggegumd, de zoektocht naar Ilse Wagner](#) - Partners: Vfonds, Letterfonds, Stichting Levi Lassen

Expeditie Noord-Holland

- ['Water'](#) - Partners: Waterschap AGV, Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier
- ['Boer van de toekomst'](#) - Partners: Provincie NH, Gemeente Hollands Kroon, Stichting Vonk, GroenPact en Stichting SeedValley

Verkiezingen

- 9-delige serie [Kies Maar!](#) - Partner: Provincie NH

Natuur

- Live-uitzending [Opening Weidevogelseizoen](#) - Partner: Recreatie NH

Diversiteit en inclusie

- Live-uitzending en compilatie [Alkmaar Pride](#) - Partner: Stichting Alkmaar Pride

Cultuur, identiteit en werelderfgoed

- Serie [Een museum voor Amsterdam](#) - Partner: [Stichting Amsterdam Museum](#)
- 12-delige serie [Langs de Hollandse Waterlinies](#) - i.s.m. RTV Utrecht, Omroep Gelderland en Omroep Brabant. Partners: Hoogheemraadschap De Stichtse Rijnlanden, Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier, Waterschap Amstel, Gooi en Vecht, Waterschap Rivierenland, Provincie Noord-Holland, Provincie Utrecht, Provincie Gelderland en Provincie Noord-Brabant
- [Zomertoer Ziel van de Regio](#) - Partners: Provincie NH en Recreatie NH

Sport en bewegen

- 12-delige serie ['Kampioenen'](#) - Partner: Le Champion

Algemeen

- Serie ['Vette Doekjeskoek'](#) - Partner: Waternet

2.10.6 Sport

NH Sport heeft dit voorjaar bijzondere momenten meegemaakt, waaronder de historische overwinning van AZ Onder 19 in de Youth League, als eerste Nederlandse ploeg ooit. Onze verslaggevers waren ter plaatse in Zwitserland en deden uitgebreid verslag op alle platformen, van sfeerimpressies tot aan de live wedstrijdverslaggeving op NH Radio. De spannende dubbele halve finale van AZ 1 tegen West Ham United in de Conference League werd ook intensief gevolgd en onze berichtgeving over de tumultueuze gebeurtenissen rondom de bestorming van de hoofdtribune leidde tot een piek in de bereikcijfers.

Daarnaast trok een paleisrevolutie in Volendam veel aandacht, waarbij het bestuur onder leiding van Jan Smit moest vertrekken. NH zond de persconferentie live uit en onze verslaggevers werden uitgenodigd om de gebeurtenissen te bespreken in landelijke programma's zoals Studio Voetbal van de NOS en Radio 1. Een bijzondere reportage werd gemaakt over voormalig Telstar-voetballer Donny van Iperen, die na een ernstig ongeluk in

Moldavië aan zijn herstel werkte in Heliomare, wat resulteerde in een ontroerende reportage.



Op tv kreeg NH Sport op maandag veel aandacht voor niet-voetbalsporten, terwijl op vrijdag in De Aftrap het betaalde voetbal centraal stond. De Aftrap, geproduceerd in samenwerking met de Lokale Omroep Volendam Edam (LOVE), ontving diverse prominente gasten, waaronder Guus Hiddink, Freek de Jonge en Danny Blind.

2.10.7 Diversiteit en Inclusie

NH werkt actief aan het creëren van een diverse en inclusieve nieuwsorganisatie, zowel binnen ons personeelsbestand als in onze interne bedrijfscultuur en producties op verschillende platformen. In 2023 hebben we een waardevolle werkervaringsplek geboden aan een voormalige Syrische vluchteling, wat uiteindelijk resulteerde in een vast jaarcontract eind 2023. We verkennen ook samenwerkingsmogelijkheden met andere omroepen op dit gebied. Bovendien zet NH nieuwe technologieën en tools in om onze verhalen op eigen platformen toegankelijker te maken voor het publiek. Zo bieden we de optie voor ondertiteling bij video's en is de leeshulp Tolkie beschikbaar. Deze tool geeft op verzoek van de lezer uitleg bij moeilijke woorden of termen.

2.10.8 NH Lokaal

Medio 2020 zijn we gestart met het project NH Lokaal, een project in het kader van de Subsidieregeling Innovatie en Samenwerking Regionale Publieke Media instellingen dat gericht is op het verder professionaliseren en verduurzamen van deze samenwerkingen. Doelstelling van NH Lokaal is het opzetten intensieve samenwerkingen met streek- en lokale omroepen. Het project NH Lokaal is in 2023 afgerond.

Ontvangen			1.376.952
Uitgaven	2020	-280.866	
	2021	-502.371	
	2022	-412.727	
	2023	-180.988	
			-1.376.952
Nog te besteden			0

2.11 Bereik verschillende distributiekkanalen

NH Media slaagt erin om haar crossmediale bereik in 2023 goed te handhaven. Het totale jaarbereik onder Noord-Hollanders tussen de 18 en 75 jaar, voor radio, tv en online, bedraagt 67,4%.

Crossmediaal jaarbereik	2021	2022	2023
Alle mediumtypes NH Media	69%	68%	67%

Bron: Motivaction/RPO – Bereiks- en waarderingsonderzoek regionale omroepen.

2.11.1 Online bereik

Het blijft een voortdurende uitdaging om de online bereikscijfers te evenaren die NH voor de wereldwijde coronapandemie behaalde, waarbij destijds de toegevoegde waarde en de journalistieke autoriteit werden benadrukt. Hierbij moeten we rekening houden met de grillige algoritmes van verschillende socialemediakanalen en de specifieke inhoudelijke behoeften van de gebruikers. Dit betekent dat we een vorm en inhoud kiezen die het beste aansluiten bij de belangrijkste socialemediaplatforms. Een extra uitdaging is de toenemende kans dat de merkherkenning verloren gaat in de strijd om aandacht op de tijdlijn van de gebruikers. Met andere woorden: hoewel NH regelmatig op de tijdlijn van onze doelgroep verschijnt, is het twijfelachtig of de doelgroep NH altijd herkent als de afzender.

Online bereik	2021	2022	2023
Gemiddeld per jaar	48%	47%	48%
Gemiddeld per week	29%	30%	27%
Gemiddeld per dag	18%	18%	15%

- De bevroegde online kanalen van NH Media zijn: NH website, NH app, Facebook, YouTube, Instagram en Twitter.
- Bron: Motivaction/RPO - Bereiks- en waarderingsonderzoek regionale omroepen.

Met een uniek maatschappelijk perspectief, namelijk de berichtgeving vanuit de directe leefwereld van de provinciebewoners, behalen de regionale omroepen in Nederland dit jaar

gemiddeld een online bereik van 59% op jaarbasis. De brede interesse in de online nieuwsberichten van de regionale omroepen benadrukt opnieuw het belang van blijvende innovatie en investeringen in kennis en technologie bij deze omroepen. Bovendien dwingt het brede maatschappelijke gebruik van de regionale verhalen om voortdurend scherpe inhoudelijke keuzes te maken.

Het bereik van de online kanalen van NH Media blijft iets achter bij het landelijke gemiddelde. Het stevige concurrentieveld in de provincie Noord-Holland, met name de sterke aanwezigheid van AT5 in de hoofdstad, speelt daarbij ongetwijfeld een rol. Een positieve kanttekening is echter dat de inhoudelijke keuzes die NH Media maakt, leiden tot een aanzienlijk hogere betrokkenheid (gemeten in online tijdsbesteding) van het publiek bij de online verhalen.

Gemiddelde tijd online	RPO (gemiddeld)	NH - web, app en social	Vershil in %
2023	26 min. 18 sec.	32 min. 54 sec.	25,1%

De bevroegde online kanalen van NH Media zijn: Website, app, Facebook, YouTube, Instagram en Twitter.
Bron: Motivaction/RPO – Bereiks- en waarderingsonderzoek regionale omroepen.

De frequentie en intensiteit waarmee de online verhalen worden gelezen is na een jaar van redactionele toewijding en innovatie weer toegenomen. De belangrijkste eigen nieuwsoutlets van NH: de website nlnieuws.nl en de NH nieuws-app groeien met een toename van het aantal pageviews van 4,3%. Het maatschappelijke vertrouwen in de verhalen op de platforms is gelukkig nauwelijks gedaald, gezien het stabiele jaarbereik.

Pageviews	2022	2023	Vershil in %
Paginavertoningen website en app	173,8 miljoen	181,3 miljoen	4,3%

Bron: Piano. Waarden in miljoenen pageviews.

Bezoeken	2022	2023	Vershil in %
Bezoeken website en app	78,0 miljoen	85,0 miljoen	9,0%

Het opvallende verschil in groei tussen pageviews (4,3%) en bezoeken (9,0%) is niet onverklaarbaar. Waarschijnlijk zijn de redacteuren van NH steeds beter geworden in het vinden van de juiste taal en vorm om het publiek op andere (sociale) mediaplatforms naar de NH-website of -app te lokken. Hoewel deze gebruikers incidenteel kunnen zijn, kan een dergelijke toevallige kennismaking vanuit een sociaal medium ook de eerste stap zijn naar een trouwe fan.

Sociale media zoals Twitter, Facebook, YouTube, Instagram en TikTok spelen een substantiële rol in ons moderne mediagebruik. Ze claimen een steeds groter deel van de tijd die voorheen was voorbehouden aan traditionele media. Bovendien fungeren sociale media ook als gids voor diezelfde traditionele media. Aansprekende fragmenten uit reguliere tv- en radioprogramma's worden gedeeld op sociale mediaplatforms om het publiek naar de bijbehorende lineaire uitzendingen te leiden.

TikTok heeft bijna een monopolie op het mediagebruik van het allerjongste publiek, terwijl Instagram, oorspronkelijk een foto-platform, zich nu ook succesvol profileert in het domein van videocontent. Facebook evolueert steeds meer tot een verzamelplatform, waar persoonlijke verhalen worden afgewisseld met wereldnieuws, complottheorieën en sluikreclame.

Onder de motorkap van Facebook vinden we een veranderlijk algoritme, dat wordt beïnvloed door de beleidsmakers van Facebook en dat leert van de instinctieve behoeften van de gebruiker. Nieuwsberichten van gerenommeerde uitgevers kunnen zowel de beste vriend als de ergste vijand van het platform zijn. Incidentele kennismaking met regionale verhalen via sociale media is essentieel voor de groei van het mediamerk en de toename van de vaste klantenkring. Deze grilligheid van de algoritmen is ook terug te vinden in de socialemediacijfers van NH.

Social media platform	2022	2023	2022 versus 2023
YouTube videoviews per maand	464.000	1.469.000	216,6%
Facebook bereik per maand	5.151.000	4.134.000	-19,7%
Instagram bereik per maand	599.000	581.000	-3,0%

Bron: Analysemodule per platform (META Business & YouTube Analytics). Waarden afgerond op duizendtallen.

2.11.2 Radiobereik

De radiokanalen van de regionale omroepen hebben van oudsher een trouw publiek, maar kunnen niet opboksen tegen het jaarbereik van de overige twee mediumtypes; televisie (66%) en online (59%). Dat geldt ook voor het radiokanaal van NH. Na wat kleine verschuivingen in de programmering, behaalde NH Radio in 2022 een jaarbereik van 34%. Het landelijk gemiddelde jaarbereik van de regionale radiozenders is 41% .

Radio jaarbereik	2021	2022	2023
NH Radio	36%	37%	34%

Bron: Motivaction/RPO – Bereiks- en waarderingsonderzoek regionale omroepen.

Als we verder inzoomen met behulp van de cijfers uit het Nationaal Luister Onderzoek (NLO), dan constateren we een toename het bereik op weekbasis en van het aandeel luistertijd (marktaandeel) van NH Radio in de provincie Noord-Holland.

NH radio	2022	2023	2023 versus 2022
Marktaandeel Noord-Hollanders van 10 of 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 7.00 en 19.00 uur.	3,6%	3,9%	8,33%
Weekbereik Noord-Hollanders van 10 of 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 6.00 en 30.00 uur	132.000	153.000	15,91%
Weekbereik Nederlanders van 10 of 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 6.00 en 30.00 uur	136.000	168.000	23,53%

Bron 2022: Nationaal LuisterOnderzoek GfK

Bron 2023: NMO-RAM Ipsos – Drempel luistertijd t/m 1 oktober is 5 minuten, vanaf 2 oktober is dat 1 minuut.

2.11.3 Luisteronderzoek

Het luisteronderzoek onderging vanaf 1 januari een ingrijpende verandering. Tot en met 2022 werden respondenten gevraagd om achteraf via een logboek hun radiobeluistering vast te leggen. In de nieuwe opzet van het onderzoek (NMO) registreert een app op de mobiele telefoon van de respondent continu alle audio in hun omgeving. Wanneer een positieve match wordt gemaakt met het audiosignaal van een van de deelnemende radiozenders, wordt het bereik en de luisterduur (digitaal) geregistreerd.

Deze verandering blijkt een wereld van verschil te maken. Het geforceerd identificeren van zenders door middel van dure reclamecampagnes, zoals bij de oude logboekmethode, behoort tot het verleden. Bovendien blijkt uit de nieuwe methode dat er meer mensen naar de radio luisteren dan ooit tevoren werd vastgesteld aan de hand van logboekregistraties. Ook de toevallige luisterminuten buitenshuis, bijvoorbeeld in winkels of sportkantines, worden nu meegeteld. Kortom, de vernieuwde onderzoeksmethode heeft ongetwijfeld bijgedragen aan de groei van het wekelijkse luisterpubliek van de radiozender van NH.



In 2022 werden de eerste stappen gezet om de radioprogrammering te optimaliseren. Uit onderzoek onder NH-luisteraars door onderzoeksbureau Motivaction bleek dat er al veel goed ging, maar dat er nog ruimte was voor verbetering. Zo werd soms het tempo op de zender gemist en mocht er meer muziek te horen zijn. Met deze aanbevelingen in gedachten werd vanaf 4 september 2023 een nieuwe programmering gelanceerd.

2.11.4 Televisie bereik

In 2023 is de invloed van corona niet meer zichtbaar, terwijl dit in 2022 nog wel relevant was. Daarnaast zoekt de Nederlandse kijker steeds vaker zijn weg naar uitgesteld kijken. Volgens het reguliere kijkonderzoek van de Stichting Kijkonderzoek keek de gemiddelde Nederlander in 2023 per dag 100 minuten live naar televisiezenders, wat een daling van 7,4% betekent ten opzichte van 2022. Tegelijkertijd nam het aandeel uitgesteld kijken van reguliere lineaire content toe van 30 naar 32 minuten. Per saldo resulteerde dit in een afname van 6 minuten dagelijkse kijktijd.

De totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht bedroeg 187 minuten (3 uur en 7 minuten) over de gehele dag in 2023. Dit omvat niet alleen de kijktijd (inclusief live en uitgesteld kijken), maar ook de tijd besteed aan het kijken naar video-on-demand diensten zoals Netflix, Videoland, Disney+, Viaplay, HBO Max, Prime Video, SkyShowtime, enzovoort. Echter, deze ruim drie uur tv-schermkijktijd omvat nog niet de videoconsumptie op laptops, pc's, tablets en telefoons.

Brede distributie blijft cruciaal voor het behoud van een deel van de 'videotijd' van de Noord-Hollander. Zelfs nichezenders moeten aanwezig zijn op de nieuwe platforms. De tijd waarin alleen een afstandsbediening toegang gaf tot audiovisueel vermaak ligt ver achter ons, gezien de enorme concurrentie. Social media platforms, betaalde en onbetaalde video-on-demand diensten, en zelfs grote consumentenmerken zoals Nike en Red Bull hebben tegenwoordig hun eigen videokanalen.

Het tv-kanaal van NH behaalde in 2023 volgens het bereiks- en waarderingsonderzoek van Motivaction een jaarberek van 55%. Het gemiddelde jaarberek van de tv-zenders van de regionale omroepen was in 2022 66%.

Televisie jaarberek	2021	2022	2023
NH televisie	60%	58%	55%

Bron: Motivaction/RPO – Bereiks- en waarderingsonderzoek regionale omroepen.

Voor de televisiezender van NH geldt dat het overall gebruik in Noord-Holland daalt maar dat op detailniveau een toename van de gebruiksfrequentie is vast te stellen.

NH televisie	2022	2023	2023 versus 2022
Dagberek Noord-Hollanders van 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur.	71.000	83.000	16,9%
Weekberek Noord-Hollanders van 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur	260.000	302.000	16,2%
Maandberek Noord-Hollanders van 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur	602.000	655.000	8,8%
Gemiddelde kijktijd van bereikten p.m. Noord-Hollanders van 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur	17 min 48 sec	<i>Niet meer beschikbaar</i>	

De nieuwe tv-programmering die in augustus 2022 bij NH werd geïntroduceerd, begint zijn vruchten af te werpen. Hoewel uit het panelonderzoek van Motivaction blijkt dat minder Noord-Hollanders, op eigen aangeven, het afgelopen jaar naar de zender hebben gekeken (55%), neemt de kijkfrequentie toe. Noord-Hollanders schakelen vaker per dag, week en maand in. Door het dagelijks wisselen van de content en het niet meer herhalen van nieuwe afleveringen gedurende een hele week, worden voorbijgangers vaker verrast met nieuwe content.

De voortdurende ontwikkeling van 'tv kijken' vroeg al geruime tijd om een technische inhaalslag van het kijkonderzoek. De eerste stap is gezet. Het vernieuwde NMO kijkonderzoek, uitgevoerd door onderzoeksbureau Ipsos, startte op 28 augustus 2023. Naast verbeterde gebruiksvriendelijkheid voor de respondenten en een groter panel, is de meettechnologie verfijnder geworden. Dit maakt het mogelijk om nieuwe vormen van reclame, zoals addressable advertising, nauwkeurig in kaart te brengen.

Het nieuwe NMO-onderzoek zal op termijn ook inzicht bieden in het online kijkgedrag op alle apparaten en het kijkgedrag buitenshuis. Momenteel zijn de kijkcijfers nog gebaseerd op het kijkgedrag gemeten via alle tv-toestellen in het huishouden. Het kijken via smartphones, tablets, laptops en pc's wordt vooralsnog niet meegenomen in deze cijfers, maar dit zal in de toekomst wel mogelijk zijn.

2.12 Verslag Mediaraad

2.12.1 Bijeenkomsten en samenstelling Mediaraad

De Mediaraad is in 2023 vijf keer bijeengekomen met het Journalistiek Management Team (JMT) van NH Media.

- ❖ 15 februari
- ❖ 12 april
- ❖ 28 juni
- ❖ 4 oktober
- ❖ 13 december

Tijdens de vergadering van 13 december hebben ook de leden Marcel Mokveld en Astrid Elburg van de Raad van Toezicht (RvT) deelgenomen, wat de jaarlijkse ontmoeting tussen de RvT en de Mediaraad betrof. Bovendien hebben Mirjam Terhorst en David Vink deelgenomen aan de Dag voor Regionale Mediaraden in Woerden op 30 maart.

2.12.2 Samenstelling mediaraad

Lucas Bugter (Heiloo)	Jeugd en innovatie (digitaal, social media)
Hans de Clercq (Naarden)	Onderwijs en educatie (media)
Hendrik Comvalius (vice-vz) (Huizen)	Maatschappelijke zorg en welzijn Natuur en milieu (duurzaamheid)
Simone Dongor (De Kwakel)	Kunst en cultuur (lifestyle), levensbeschouwing en religie
Jorieke Exler (Haarlem)	Sport en recreatie
Fatima Hanin (Amsterdam)	Werk en arbeidsmarkt, inclusiviteit en diversiteit
Josina Rustenburg (Wieringerwerf)	Natuur en milieu (agrarische sector)
Mirjam Terhorst (voorzitter) (Amstelveen)	Bedrijfsleven, MKB

2.12.3 Mediabeleid

Het Hoofredactionele mediabeleid voor 2022 van NH is aan het begin van dat jaar besproken tussen de Mediaraad en het Journalistiek Management Team (JMT). Hierbij lag de focus op de regio, met diepere en onderscheidende verhalen als leidend principe. Na het vertrek van de hoofdredacteur eind 2021, is besloten om de continuïteit te waarborgen door het JMT deze taak op zich te laten nemen. Het JMT wordt gevormd door Jacky de Vries, Guido Lavalaye en Stef Cornelissen.

Met het oog op de focus op continuïteit en de verhuizing naar Hilversum, is in overleg met de Mediaraad besloten om het Redactieplan 2023 en het Radioplan niet zoals gebruikelijk voorafgaand aan het nieuwe jaar te bespreken, maar tijdens de eerste vergadering van 2023. Dit komt mede voort uit de focus op de regio en de gedachte dat het overgrote deel van wat NH moet brengen vanuit de regio 'nieuws' betreft en in die zin niet te sturen is. Het Redactieplan 2023, voortbordurend op de in 2021 ingezette koers, vormde de leidraad voor de toetsing en evaluatie door de Mediaraad gedurende de rest van 2023. Het Redactieplan, genaamd 'Het verhaal van NH', benoemt 9 redactionele pijlers. Op basis van deze pijlers wordt de NH-regiokoers uitgevoerd. De opzet van de regio gaat uit van een gedecentraliseerde redactie in 10 Noord-Hollandse regio's, waar de regiojournalisten deel uitmaken van de maatschappij waarover ze publiceren. De visie en missie van NH vormen altijd het uitgangspunt voor de invulling van de journalistieke koers en de daaruit volgende programmering op de radio, tv en online kanalen van NH.

2.12.4 De 9 redactionele pijlers 2023

1. Verankering in de samenleving

Met onze regiokoers zijn we verankerd in de samenleving, maar nog niet genoeg. We gaan meer energie steken in de interactie met ons publiek, het door ontwikkelen van het regioverslaggeverschap en het bedenken van nieuwe initiatieven, zoals de 360-graden redactie.

2. De menselijke maat

De mens staat centraal in de verhalen die we maken. In onderwerp, invalshoek en tone of voice.

3. Inspiratie en verbinding

We hebben niet alleen oog voor de problemen, maar ook voor de oplossingen. Met onze verhalen willen we inspireren en verbinden.

3. Interactie met het publiek

Voor een publieke organisatie is het belangrijk om aanspreekbaar en laagdrempelig te zijn voor het publiek. In 2023 gaan we de interactie versterken.

4. Samenwerken en diversiteit

Als publieke organisatie staan we open voor samenwerkingen met lokale, landelijke, regionale nieuwsorganisaties en maatschappelijke organisaties. We streven naar meer diversiteit.

5. Opleiden en kweekvijver

NH is een organisatie die kennis deelt en mensen de kans geeft zich binnen hun functie te ontwikkelen. We willen een kweekvijver zijn voor journalistiek talent.

7. Een flexibele organisatie

In ons denken en handelen staan niet de organisatie en de processen centraal, maar de inhoudelijke opdracht. Waar nodig past de organisatie zich aan de inhoud.

8. Duidelijkheid

In 2023 gaan we duidelijkere afspraken maken over de output, met name vanuit de regioredacties. De lokale platformen gaan we daarom formatteren.

9. Decentraal

Het palet aan platformen en kanalen is geen handicap, maar juist onze kracht. Vanuit dezelfde visie gaan we nog beter gebruik maken van deze diversiteit.

Naast de 9 pijlers is er in 2023 veel aandacht voor formattering zoals bijvoorbeeld het 360-graden journalistieke concept en de Stand van NH. Bij het bespreken van het Redactieplan heeft de Mediaraad benadrukt dat ze het belangrijk vindt dat ‘diversiteit’ geen holle frase is, maar dat hieraan echt gewerkt wordt. Daarnaast is aangegeven dat ten aanzien van de interactie met publiek, het plaats bieden aan ‘tegengeluid’ ook een belangrijke functie is van de regionale omroep. De vernieuwing van de radioprogrammering, de start van het Jongerenpanel en de podcasts zijn andere grote brokken waar de Mediaraad op gereflecteerd heeft.

2.12.5 Evaluatie Mediabeleid 2023

Het Mediabeleid werd in elke vergadering geëvalueerd langs een viertal sporen.

- 1 Het eerste spoor is een update van de (bereik)cijfers en de toelichting daar desgevraagd op.
- 2 Het tweede spoor betreft de bespreking van een aantal recente redactionele producties.
- 3 Het derde spoor betreft veelal een geagendeerd nieuw, groot onderwerp/plan (radio, jongerenpanel etc.).
- 4 En het laatste spoor betreft de free format bespreking van het programma-aanbod in de afgelopen periode vanuit de diverse invalshoeken van de individuele leden van de Mediaraad.

In het geval van het jongerenplatform hebben we de jongeren uitgenodigd op een externe creatieve locatie en zijn we als Mediaraad met hen in dialoog gegaan. De Mediaraad juicht dit platform toe en wenst daarop ook voortgang te zien.

Nieuws

De verkiezingen en de onderscheidende wijze (Meet Ups) waarop NH daarmee omgegaan is hebben veel aandacht gevraagd. Dit vanwege het belang dat zowel het JMT als de Mediaraad daaraan hecht in het kader van vrijwel alle pijlers van het beleid.

Informatief

Dit jaar heeft de Mediaraad de aanpak en uitvoering van de podcastserie over de Egmondse Vluchtelingenboot besproken.

Ook het nieuwe format Bureau NH is geëvalueerd op inhoud en presentatie. Aandacht is er ook geweest voor de bijzondere uitzending rondom Prinsjesdag. Hierbij is interactie georganiseerd tussen landelijke politici en Noord-Hollandse burgers met hun specifieke problemen.

Bijvoorbeeld in relatie tot de energiecrisis. De aanloop hiernaartoe en de registraties zijn goed beoordeeld.

Het programmaconcept Strijders is ook aan de orde geweest en bovendien live bijgewoond. De thema's zijn voornamelijk aan de orde geweest vanuit de invalshoek van de leden van de Mediaraad.

Radio

Het nieuwe radioplan (ingang 1 september) is gedeeld en besproken met de Mediaraad en afgesproken is dat aan de hand van de cijfers de vinger aan de pols gehouden wordt.

Aandacht voor diversiteit en inclusie

Hoewel de Mediaraad erg gecharmeerd is van het project met de van oorsprong Syrische verslaggevers die berichten over immigratievraagstukken, vindt de Mediaraad dat er in de breedte meer aandacht nodig is voor diversiteit en inclusie.



2.12.6 Samenwerking Mediaraad met NH Media

De Mediaraad is bijzonder tevreden over de samenwerking met NH Media. Er is voldoende transparantie en bereidheid om zaken ter discussie te stellen. De kritiek en ideeën worden welwillend besproken en goed opgevolgd. De door de Mediaraadleden ingebrachte onderwerpen worden goed geagendeerd en voorbereid.

2.13 NH Media sales en FUNHA

In 2023 startten we voor het eerst een verkoopjaar zonder de belemmeringen van de coronapandemie. Echter, het bleef een uitdagend jaar voor de verkoop. Veel potentiële adverteerders werden geconfronteerd met hardnekkige personeelstekorten, terwijl de kosten voor energie en levensonderhoud bleven stijgen. Dit leidde tot terughoudendheid bij het uitgeven aan advertenties.

De regionale publieke omroepen (RPO) stapten per 20 maart 2023 over naar een nieuwe technische oplossing voor privacy vriendelijk adverteren zonder cookies. Ook voor NH Media werd hierdoor online omzetverlies verwacht, maar gelukkig bleef de schade beperkt.

Gelukkig bleef de omzet die ons eigen verkoopteam heeft gerealiseerd nog steeds stijgen, voor het derde opeenvolgende jaar! Helaas gold dit niet voor de landelijke verkoop via het verkooploket ORN. De omzet via ORN daalde in 2023 aanzienlijk, voornamelijk als gevolg van tegenvallende resultaten van het nieuwe luisteronderzoek NMO en het vooruitzicht van beëindiging van de ORN-verkoopactiviteiten eind 2023.

Vanaf 1 januari 2024 gaat Ster de reclameruimte op 13 regionale tv- en radiozenders verkopen voor de nationale adverteerdersmarkt, waarmee zij de verkoopactiviteiten van ORN overneemt. Dit is het resultaat van de beslissing om de samenwerking met ORN te beëindigen.

De forse omzetsdaling vanuit ORN kon niet volledig worden gecompenseerd door ons eigen verkoopteam, waardoor de totale reclameomzet in 2023 uiteindelijk toch daalde ten opzichte van 2022.

In 2023 werd besloten om de salessamenwerking FUNHA een vaste vorm te geven. FUNHA, een samenwerking tussen vier omroepen in drie provincies, zal worden verduurzaamd om een zo hoog mogelijk rendement op regionale sales te behalen. Belangrijke speerpunten zijn extra omzet door bovenregionale verkoop, het delen van kosten, minder kwetsbaarheid bij personeelsverloop, en een gezamenlijke innovatie- en marketingkalender. FUNHA maakt het ook eenvoudiger voor potentiële klanten om op maat gemaakte campagnes te voeren in een grotere regio.



2.14 Human Resources en medezeggenschap

2.14.1 Algemene informatie

In 2023 is het totale personeelsbestand praktisch gelijk gebleven, met een aantal van 154 fulltime-equivalenten (136,6 FTE), wat overeenkomt met het aantal van het voorgaande jaar.

Van deze 154 medewerkers hebben 116 een contract voor onbepaalde tijd, wat neerkomt op 75% van het personeelsbestand. Daarnaast hebben we 19 stagiaires een plaats geboden en hebben we 1 werkervaringsplaats vervuld, gesubsidieerd vanuit het AWO fonds. Het verloop van personeel is na de verhuizing naar Hilversum iets toegenomen, waarbij 14% van het gemiddelde aantal medewerkers met een tijdelijk contract de organisatie heeft verlaten. Dit wordt toegeschreven aan woon-werkverkeer en de aantrekkelijkheid van andere mediaorganisaties in Hilversum.

Het ziekteverzuim in 2023 lag op een gemiddelde van 3,6%, wat een aanzienlijke daling is ten opzichte van voorgaande jaren, waarin het percentage fors hoger lag.

Sinds 2022 zijn er interne vertrouwenspersonen actief, die in voorkomende gevallen worden ingeschakeld en twee keer per jaar overleg voeren met het management over hun bevindingen, die geanonimiseerd worden besproken. Daarnaast is er voor de medewerkers van NH Media ook een externe vertrouwenspersoon beschikbaar. Ondanks alle aandacht voor dit onderwerp, zijn er geen incidenten van grensoverschrijdend gedrag gemeld of bekend binnen de organisatie.

2.14.2 Advies- en instemmingstrajecten ondernemingsraad

Advies aanvraag Radioplan

De tegenvallende luistercijfers hebben geleid tot de noodzaak van een modernisering van onze radiotak en de invoering van een nieuwe radioprogrammering. NH radio heeft de afgelopen jaren minder goed gepresteerd dan andere zenders in het regionale domein, en we geloven dat er ruimte is voor verbetering in bereik en marktaandeel. Om dit te bereiken streven we naar een verdere integratie van de radioredactie en de nieuwsredactie.

Daarnaast zijn er strategische keuzes gemaakt in de programmering en de muziekselectie om ons aanbod aantrekkelijker te maken voor ons publiek. De Ondernemingsraad (OR) van NH Media heeft een positief advies gegeven op dit Radioplan.

Risico Inventarisatie & Evaluatie (RI&E)

Op 28 november 2022 is NH Media verhuisd naar het M-gebouw in Hilversum. Het was daarom belangrijk om een rondgang door het nieuwe pand te maken om de bevindingen te gebruiken voor het bijwerken van de Risico-Inventarisatie & -

Evaluatie (RI&E). De update van de locatie voor de RI&E heeft plaatsgevonden in de zomer. Het opgestelde plan van aanpak is in december getoetst.

De Ondernemingsraad (OR) ontvangt in het eerste kwartaal van 2024 een instemmingsaanvraag met betrekking tot de uitvoering van het plan van aanpak.

[Klokkenluidersregeling](#)

Binnen NH hebben we een klokkenluidersregeling. Dit is een regeling waarin staat beschreven hoe om te gaan met het melden van vermoedens over misstanden of onregelmatigheden. Begin dit jaar hebben er wetwijzigingen plaatsgevonden. De Wet Bescherming Klokkenluiders (WBK) is namelijk op 18 februari 2023 in werking getreden en heeft de Wet Huis voor Klokkenluiders (WHvK) vervangen. Dit betekent dat de klokkenluidersregeling van NH moest worden aangepast, aangezien de interne meldprocedure moet voldoen aan de nieuwe wetgeving.

Omdat integriteitsnormen voor alle regionale omroepen hetzelfde zouden moeten zijn, is ervoor gekozen de klokkenluidersregeling RPO-breed op te stellen. De Ondernemingsraad (OR) van NH Media heeft ingestemd met deze regeling in februari 2024.

2.15 Risicomanagement

NH Media hecht veel waarde aan het uitvoeren van adequaat en aantoonbaar risicomanagement. Enerzijds wordt dit vanuit het maatschappelijke debat omtrent de besteding van publieke van middelen ook van NH Media verwacht, anderzijds wil NH Media vanuit een intrinsieke motivatie ook zekerstellen dat zij aantoonbaar ‘in-control’ is over al haar activiteiten en processen.

Passend bij de ontwikkelingen in de sector en de proportionaliteit van NH Media is er pragmatisch strategisch risicomanagement geïmplementeerd.

Onder begeleiding van extern adviesbureau Improven is een risicomanagementraamwerk gebouwd dat aansluit bij de werkwijze en cultuur van de organisatie. Centraal staat het integrale, maar ook passende karakter. Op deze wijze worden risico's en beheersmaatregelen niet meer willekeurig en ad-hoc, maar op een gestructureerde wijze geïdentificeerd en beheerst. Het vertrekpunt is een expliciete risicobereidheid op de risico categorieën: kernactiviteiten, interne organisatie, financiën en leren & groei. Op basis van een heldere en gedragen risicobereidheid stelt NH Media zich beter in staat preventief op risico's en kansen te sturen en snel en gericht te anticiperen op ontwikkelingen en onzekerheden in een steeds sneller veranderend medialandschap.

NH Media is van mening dat het nemen van bepaalde risico's inherent toebehoort aan het speelveld waarin zij zich als regionale omroep begeeft. Om de kansen op het behalen van onze strategische doelstellingen te vergroten maken wij bewuste afwegingen tussen onze doelstellingen en de risico's die we daarin bereid zijn te nemen. Een duidelijk en pragmatisch risicomanagementsysteem helpt bij het aantoonbaar maken van onze afwegingen en keuzes op strategisch en operationeel niveau binnen de organisatie.

De directie is verantwoordelijk voor het realiseren van de strategische doelstellingen en de beheersing van de strategische risico's. Strategische risicomanagement heeft dan ook voortdurend haar aandacht. NH Media voldoet aan en handelt conform de geldende Beleidsregels, Governance en Interne Beheersing zoals voorgeschreven door het Commissariaat voor de Media.

Binnen de vier categorieën kernactiviteiten, interne organisatie, financiën en leren & groei zijn de strategische risico's beschreven, die elk voorzien zijn van een individuele risico bereidheid, de beheersmaatregelen en de MT leden die verantwoordelijk zijn voor deze beheersing.

2.15.1 Kernactiviteiten

NH Media heeft de ambitie om zich de komende jaren te ontwikkelen als dé nieuwsbron voor elke Noord-Hollander. We willen zichtbaar, bereikbaar en ontvankelijk zijn in de regio en bij onze volgers. Daarbij staat het publiek centraal en dit doen wij met behulp van onze regioplatforms. Deze platforms bestaan uit regio journalisten, samenwerkingen met lokale omroepen en één centrale redactie die de lijn vormt tussen deze componenten. Onze verhalen zijn leidend en niet onze mediakanalen. Onze organisatie is de crossmediale afzender met online als primair medium. Ook in de interactie met ons publiek. We willen impact en bereik vergroten door onze NH Community op de sociale media.

Risicobereidheid: Het medialandschap is inherent risicovol. Kansen willen we benutten en risico's beoordelen we samen per geval op een afgewogen manier. Risico's zijn toegestaan mits deze niet ten koste van de continuïteit en de uitoefening van de kerntaken van onze omroep gaan. Onze risicobereidheid is daardoor defensief.

2.15.2 Interne organisatie

Op basis van een hybride strategie is de organisatie efficiënt en wendbaar ingericht. Ons management stimuleert ondernemerschap, stuurt op resultaat en borgt passend werkgeverschap binnen een juiste organisatie cultuur. Onze belangrijkste werkwijzen en processen zijn gedegen ingericht en vastgelegd en laten ruimte voor het creatieve proces. Wij voldoen aantoonbaar aan relevante wet- en regelgeving en doen hierop geen concessies. De organisatie van NH Media garandeert de onafhankelijkheid van het media-aanbod met een programmastatuut en een redactieraad. De geïntegreerde redacties bedienen alle aanbodkanalen van de omroep. NH Media is een alerte organisatie die toegerust is voor de uitvoering van de calamiteitentaak.

Risicobereidheid: Onze interne organisatie valt tot zekere hoogte binnen onze eigen invloedssfeer. Balans tussen risico's lopen en controle houden is belangrijk. Onze risicobereidheid is daarmee defensief. Daarnaast vinden wij het als regionale omroep belangrijk om meer lerend vermogen te ontwikkelen en wendbaarder te worden als organisatie.

2.15.3 Financiën

NH Media is een solide en financieel gezonde organisatie die zich richt op lange termijn zekerheid. Als regionale omroep met een publieke taakstelling hechten wij veel waarde aan financiële transparantie en rechtmatige en doelmatige besteding van middelen. NH Media beschikt over voldoende verdienvermogen, houdt kosten laag en stuurt continu d.m.v. forecasting. De publieke middelen bieden de financiële zekerheid en continuïteit, maar oplopende inflatie, lagere subsidie inkomsten als gevolg van politieke verschuivingen en teruglopende reclamebaten kunnen ertoe leiden dat financiële posities en daarmee de basisvoorzieningen van de omroepen steeds verder onder druk komen te staan.

Risicobereidheid: Over de breedte genomen vinden wij op financieel vlak een defensieve risicobereidheid het meest passend. Als regionale omroep werken we met overheidsgeld waar we zuinig op zijn. Risico's aan de inkomstenkant zijn er altijd, daarop hebben we niet altijd invloed, risico's aan de uitgavenkant willen we voor zover mogelijk mitigeren en proberen te vermijden. Dit vraagt om efficiëntie, transparantie en het uitvoeren van periodieke controles op de beheersing van onze (financiële) processen.

2.15.4 Leren en groei

De regionale publieke omroepen erkennen dat er geen snelle oplossingen bestaan om inclusiever te worden. Dit vraagt om een gedegen en intensieve fase van bewustwording, gevolgd door een continue cyclus van leren, reflecteren en acteren en om het continu kritisch blijven benaderen van het thema en elkaar daarop aan durven spreken.

Talenten werven en behouden doen wij vanuit de overtuiging dat wij hier een grotere diversiteit aan medewerkers mee werven en behouden. Gegeven de huidige krapte op de arbeidsmarkt is dit van strategisch belang voor de personele continuïteit van de regionale publieke omroepen.

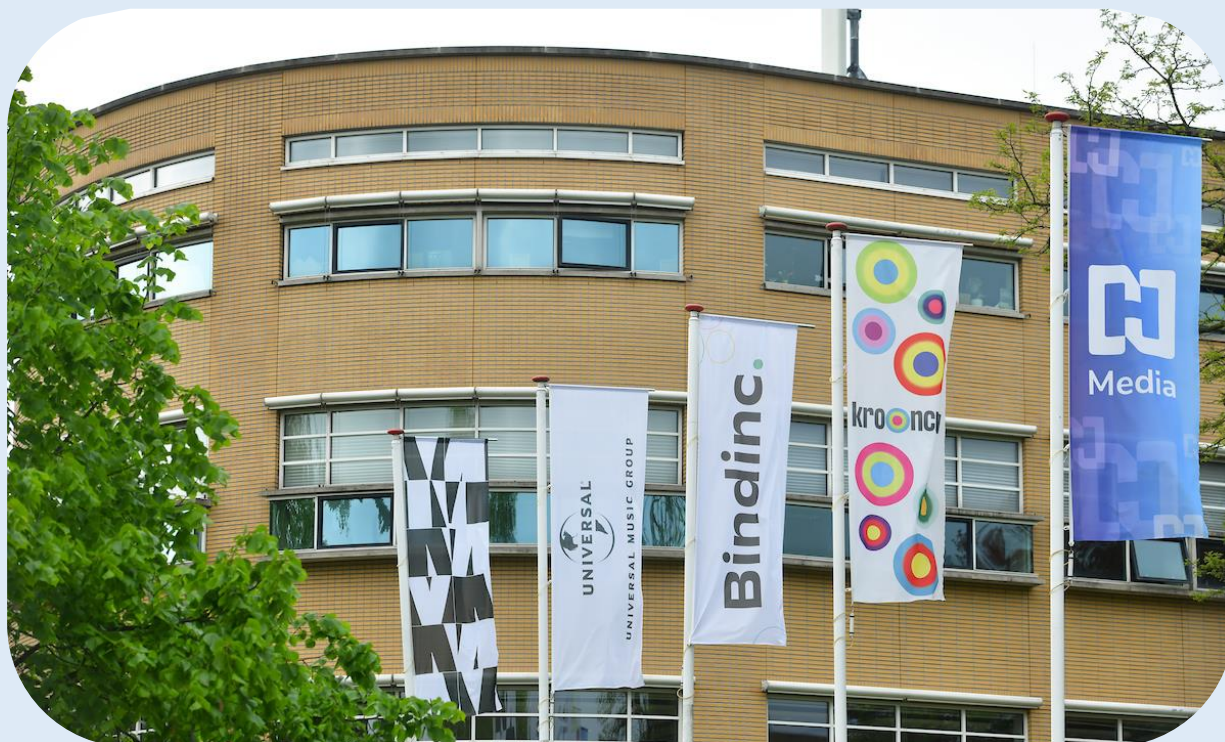
Risicobereidheid: Gezien de 'war on talent' en de krapte op de arbeidsmarkt zal NH Media de komende jaren meer risico's lopen op deze categorie. NH Media wil zich inzetten om dit risico te beperken omdat deze grote gevolgen kan hebben op de continuering van de bedrijfsvoering. Ons risicobereidheid is daarmee defensief.

2.15.5 Risicomanagementcyclus NH Media

1. Herijken strategische risico's:
 - Jaarlijks worden de strategische risico's en maatregelen herijkt in het MT
 - De strategische risico's en maatregelen worden jaarlijks vastgesteld door de Directie
2. Bepalen risicobereidheid:
 - Vervolgens wordt jaarlijks de risicobereidheid per risicocategorie (dienstverlening, leren en groei, interne organisatie, financiën) bepaald in het MT
 - De risicobereidheid wordt jaarlijks vastgesteld door de Directie en de RvT
3. Monitoren risico's en maatregelen:
 - Maatregelen/ acties worden uitgevoerd door de eigenaren. Ieder kwartaal bespreekt de controller samen met de eigenaren de status van de maatregelen. De resultaten staan beschreven in het Risico Control Matrix (Excel)
 - Op basis van deze gesprekken rapporteert de controller de status van beheersing aan het MT
 - Twee keer per jaar wordt de RvT geïnformeerd over de status van het risicomanagement en wordt het risicomanagement besproken.

4. Bijsturen:

- Bijsturing vindt continu plaats zowel gedurende het uitvoeren van dagelijkse werkzaamheden als gedurende het bespreken van het monitoringsdashboard. Het overzicht wordt bewaakt door de controller.



2.16 Financiële informatie

De exploitatierekening 2023 sluit met een negatief saldo uit gewone bedrijfsuitoefening van € 416.197.

NH Media houdt zich aan de in het Beleidskader Derivaten door het ministerie van OC&W opgestelde regeling beleggen, lenen en derivaten. NH Media heeft op datum ondertekening van deze jaarrekening geen beleggingen gedaan of leningen aangegaan en voldoet ten volle aan de vereisten van de regeling.

De totale baten van NH Media in 2023 stijgen naar een totaal bedrag van € 18.931.953 (2022 € 18.038.272). Deze stijging wordt grotendeels veroorzaakt door de stijging OCW-bijdrage als gevolg van de aan de regionale publieke omroepen toegekende prijscompensatie.

De personeelskosten stijgen door toename van de salarissen als het gevolg van CAO- en individuele indexeringen.

De daling van de overige kosten in 2023 worden grotendeels veroorzaakt doordat er in 2022 alle eenmalige- en dubbele lasten rond de verhuizing eind 2022 zijn verwerkt.

De liquiditeitspositie is dit jaar met € 1.172.066 gedaald naar een saldo per einde jaar van € 1.960.144. Deze daling is vooral veroorzaakt door het negatieve resultaat 2023.

NH Media had in 2023 een bovengemiddeld gezonde solvabiliteit van 62%.

Hieronder een korte recapitulatie van de exploitatierekening met toelichting:

		Realisatie 2023	Realisatie 2022
OCW-bijdrage	1	16.932.346	15.685.099
Overige subsidies	2	184.971	412.726
Reclame baten	3	1.206.204	1.284.731
Overige bedrijfsopbrengsten	4	608.432	655.716
Som der bedrijfsopbrengsten		18.931.953	18.038.272
Personeelskosten	5	11.448.620	10.883.850
Overige algemene kosten		7.909.400	8.780.906
Som der bedrijfslasten		19.358.019	19.664.756
BEDRIJFSRESULTAAT		-426.066	-1.626.484
Financiële baten en lasten	6	9.869	-25.135
Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening		-416.197	-1.651.619
Verschuldigde surplus reserve media-aand	7	-	-
EXPLOITATIERESULTAAT na overdracht en belastingen		-416.197	-1.651.619
KENGETALLEN			
Solvabiliteit (eigenvermogen : totaal vermogen)		62%	56%
Liquiditeit (vlottende activa : vlottende passiva)		1,7	1,6

- Ad 1.

In 2023 heeft er een stijging in de indexering van de subsidie plaatsgevonden.

- Ad 2.

NH Media heeft in 2020 een extra subsidie ontvangen in het kader van “Innovatie en samenwerken regionale publieke media-instellingen”. De looptijd hiervan is van 1 februari 2020 tot en met december 2023. De werkelijke kosten en realisatie van de subsidie worden verwerkt in de verlies- en winstrekening en zijn per eind 2023 afgerond.

- Ad 3.

De reclamebaten dalen naar een niveau van € 1.206.204. Hierbij is de regionale omzet gedaald met 1% en de landelijke omzet daalde met 15%.

- Ad 4.

Onder de overige bedrijfsopbrengsten vallen onder andere de opbrengsten voor sponsorbijdrage. Ook vallen onder de overige bedrijfsopbrengsten de doorberekende salarissen, dit betreft het verlenen van diensten aan Stichting Publieke Omroep Amsterdam en het incidenteel verhuren van medewerkers aan derden.

- Ad 5.

De personeelskosten stijgen door toename van de salarissen als het gevolg van CAO- en individuele indexeringen.

- Ad 6.

Ten opzichte van 2022 is ons banksaldo gedaald, in 2023 hebben wij weer het gehele jaar rente ontvangen over het banksaldo.

2.17 Fiscaal

In het kader van de jaarrekening 2016 is door NH Media de vraag aan een externe adviseur gesteld een inventarisatie uit te voeren van de positie van NH Media voor de vennootschapsbelasting ('VpB') vanwege het van toepassing worden van de Wet VpB op overheidsondernemingen met ingang van 1 januari 2016. Dit heeft ertoe geleid dat de directie van NH Media in 2017 een brief heeft gestuurd aan de belastingdienst om te bepleiten dat NH Media niet VpB-plichtig is.

Inmiddels heeft de belastingdienst schriftelijk bevestigd dat er vooralsnog geen reden is om een aangifte biljet te verstrekken over de jaren 2017 en 2018. En omdat de situatie in 2019 tot en met 2023 ongewijzigd is, zijn wij van mening dat dit ook voor deze jaren van toepassing is.

Ook in de verwachte fluctuatie in de resultaten vóór en ná de beoogde verhuizing ziet de belastingdienst geen aanleiding ons te verzoeken VpB-aangifte te gaan doen.

2.18 Toekomst

Vijf organisatiebrede prioriteiten

De Regiokoers van NH Media fungeert als ons kompas in alles wat we ondernemen. Met deze koers geven we de mensen in Noord-Holland een stem. Onze focus ligt niet alleen op het herkennen van problemen, maar ook op het aandragen van oplossingen, omdat we geloven in de kracht van de samenleving.

Voor het jaar 2024 hebben we vijf organisatiebrede prioriteiten vastgesteld die we op brede schaal willen uitvoeren en initiëren:

1. Verhoging van de journalistieke kwaliteit
2. Verbetering van ons bereik
3. Versterking van de digitale transformatie
4. Stimulering van talentontwikkeling
5. Organisatie van interactie met onze doelgroepen

Op weg naar een nieuwe NH Mediastrategie

We gaan samen met een uitvoerend bedrijfsbreed strategieteam (14 leden) en een sturend regieteam (4 leden) een nieuwe mediastrategie vormgeven. Deze strategie omvat in de eerste plaats een geheel nieuwe integrale langetermijnvisie op onze doelgroepen, content en kanalen. Vervolgens zal het ook richting geven aan onze platformen, technologische keuzes, organisatie en samenwerkingspartners. Als randvoorwaarden voor onze prioriteiten en de nieuwe mediastrategie gelden de collectieve strategieën die binnen het kader van RPO (Regionale Publieke Omroep) worden ontwikkeld:

- Het Concessie Beleidsplan van de tweede fase van RPO (2022-2025)
- Het data-gedreven werken binnen het RPO Datateam
- De proefprojecten van het RPO Transformatieteam (gericht op verjonging van onze doelgroepen)
- Het door het Datateam geïnitieerde onderzoek naar doelgroepen voor regionale omroepen

Onze bijdrage aan het RPO Concessie beleidsplan 2026-2030 en het Publiek Journalistieke Huis

NH Media streeft ernaar een belangrijke rol te spelen in de ontwikkeling van het nieuwe concessiebeleidsplan CPB 2026-2030. Dit beleidsplan wordt momenteel vormgegeven door de regionale omroepen/RPO. Vanuit onze ervaring in samenwerking met lokale/streekomroepen willen we een waardevolle bijdrage leveren aan de totstandkoming van het Publiek Journalistieke Huis, waarin de verschillende lagen van het publieke bestel elkaar versterken.

Financieel gezien kijken wij met vertrouwen richting de toekomst. De bovengemiddeld gezonde solvabiliteit van 62% in 2023 vormt een solide basis. De subsidie voor het jaar 2024 is bevestigd door het Commissariaat van de Media (de CPI 2024 volgt in het voorjaar van 2024) en wij verwachten voor 2024 en verder een gezonde bedrijfsvoering te kunnen blijven voeren.

Vol vertrouwen zien we de toekomst tegemoet. Flexibel acterend op wat er gebeurt in de Noord-Hollandse maatschappij, ondersteund door technologie en collegiale samenwerking binnen het publieke bestel en samen met onze betrokken/bevlogen en kundige NH Media-collega's.

Hilversum, 17 april 2024

David Vink
Bestuurder

3. Model IX: Verklaring governance en interne beheersing

Teneinde de jaarrekening zinnig te kunnen interpreteren, verschaft het bestuurdersverslag conform RJ 400.108 informatie over Stichting RTV NH. Conform RJ 400.122 is in het bestuurdersverslag ook informatie opgenomen over relevante gedragscodes die van toepassing zijn.

4. Model X: Verklaring integriteit van bestuurders en werknemers

Betreft media-instelling: Stichting RTV NH
Statutaire vestigingsplaats: Haarlem
Bijlage bij jaarrekening: 2023

Hilversum, 17 april 2024

Hierbij verklaart het bestuur dat regionale media-instelling Stichting RTV NH in 2023, in overeenstemming met artikel 2.142, eerste lid, van de Mediawet 2008, ervoor heeft gezorgd dat noch de leden van de directie, noch werknemers of andere personen of rechtspersonen waarmee regionale media-instelling Stichting RTV NH een overeenkomst met het oog op de verzorging van haar programma's heeft gesloten, voor zichzelf, voor andere personen of rechtspersonen een op geld waardeerbaar voordeel van derden hebben bedongen of aanvaard, dat direct of indirect verband houdt met werkzaamheden van de betrokkene voor regionale media-instelling Stichting RTV NH.

Daarnaast verklaart het bestuur dat bestuurders, medewerkers of hun partners geen financiële of andere belangen hebben in ondernemingen, organisaties e.d. die een directe dan wel indirecte relatie met regionale media-instelling Stichting RTV NH hebben.

Hoogachtend,

David Vink
Bestuurder

5. Jaarrekening 2023

5.1 Balans per 31 december 2023 (Model I)

Na verwerking resultaatbestemming		<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
ACTIVA			
Materiële vaste activa			
	5.5.1		
Bedrijfsgebouwen en - terreinen		970.979	1.006.784
Inventaris en inrichting		1.682.465	1.885.299
		<u>2.653.444</u>	<u>2.892.083</u>
Financiële vaste activa			
	5.5.2		
Deelnemingen		15.000	15.000
		<u>15.000</u>	<u>15.000</u>
Vorderingen			
	5.5.3		
Handelsdebiteuren		466.868	803.803
Deelnemingen		68.506	149.230
Overige vorderingen		132.799	52.263
Overlopende activa		1.906.726	1.738.923
		<u>2.574.899</u>	<u>2.744.219</u>
Liquide middelen			
	5.5.4	1.960.144	3.132.210
		<u>7.203.486</u>	<u>8.783.512</u>
PASSIVA			
Eigen vermogen			
	5.5.5		
Algemene reserve		3.503.467	3.503.467
Reserve voor de media-aanbod		961.936	1.378.133
		<u>4.465.403</u>	<u>4.881.600</u>
Voorzieningen			
	5.5.6		
Overige		115.790	125.171
		<u>115.790</u>	<u>125.171</u>
Kortlopende schulden			
	5.5.7		
Schulden aan leveranciers		841.547	1.326.281
Belastingen en premies sociale verzekeringen		617.168	644.777
Overige schulden		569.967	758.922
Overlopende passiva		593.612	1.046.761
		<u>2.622.294</u>	<u>3.776.741</u>
		<u>7.203.486</u>	<u>8.783.512</u>
KENGETALLEN			
		<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Solvabiliteit (eigen vermogen : totaal vermogen)		62%	56%
Liquiditeit (vlottende activa : vlottende passiva)		1,7	1,6

5.2 Exploitatierkening over 2023 (Model II)

		<u>Realisatie 2023</u>	<u>Realisatie 2022</u>
BATEN			
Media-aanbod	5.6.1		
Bekostiging		16.932.346	15.685.099
Overige subsidies		184.971	412.726
Reclamebaten	5.6.2	1.206.204	1.284.731
Subtotaal baten media-aanbod		<u>18.323.521</u>	<u>17.382.556</u>
Programma gebonden eigen bijdragen			
Bijdragen van overige derden	5.6.3	284.093	268.758
Opbrengst overige nevenactiviteiten	5.6.4	26.551	35.636
Overige bedrijfsopbrengsten	5.6.5	270.260	305.147
Barteringbaten	5.6.6	27.528	46.175
Som der bedrijfsopbrengsten		<u>18.931.953</u>	<u>18.038.272</u>
LASTEN			
Lonen en salarissen	5.6.7	8.722.357	8.308.422
Sociale lasten	5.6.8	2.726.262	2.575.428
Afschrijvingen op materiele vaste activa	5.6.9	533.147	586.671
Directe productiekosten	5.6.10		
Facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten)		248.497	231.666
Technische productiekosten media-aanbod (programmalaasten)		1.054.727	652.065
Overige productiekosten media-aanbod		2.047.628	1.781.234
Sales en reclame		551.499	558.990
Overige bedrijfslasten	5.6.11		
PR en promotie		314.953	509.957
Huisvestingslasten		536.082	1.115.752
Overige algemene lasten		2.608.838	3.290.153
Barteringslasten	5.6.12	14.028	54.417
Som der bedrijfslasten		<u>19.358.019</u>	<u>19.664.756</u>
BEDRIJFSRESULTAAT		<u>-426.066</u>	<u>-1.626.484</u>
Financieel resultaat		9.869	-25.135
Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening		<u>-416.197</u>	<u>-1.651.619</u>
Verschuldigde surplus reserve media-aanbod		-	-
EXPLOITATIERESULTAAT na overdracht en belastingen		<u>-416.197</u>	<u>-1.651.619</u>
FTE gemiddeld		136,6	137,3
FTE ultimo		142,9	140,8

5.3 Kasstroomoverzicht over 2023 (Model III)

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
I Kasstroom uit operationele activiteiten	-416.197	-1.651.619
Exploitatieresultaat		
Aanpassen voor:		
- Afschrijvingen vaste activa	533.147	586.671
- Mutatie voorzieningen	<u>-9.382</u>	<u>-134.065</u>
	523.765	452.606
Bruto kasstroom uit operationel activiteiten	<u>107.568</u>	<u>-1.199.013</u>
- Rechtstreekse vermogensmutatie	-	0
- Mutatie vorderingen	169.320	-422.965
- Mutatie kortlopende schulden	<u>-1.154.447</u>	<u>914.318</u>
	-985.127	491.353
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	<u>-877.559</u>	<u>-707.660</u>
II Kasstroom uit investeringsactiviteiten		
Investeringen in (im)materiële vast activa	-294.707	-2.537.642
Desinvesteringen in (im)materiële vast activa	<u>200</u>	<u>8.423</u>
Kasstroom uit investeringsactiviteiten	-294.507	-2.529.219
III Kasstroom uit financieringsactiviteiten		
Ontvangen uit langlopende schulden	-	-
Aflossing van langlopende schulden	<u>-</u>	<u>-</u>
Kasstroom uit financieringsactiviteiten	-	-
Mutatie liquide middelen I + II + III	<u>-1.172.066</u>	<u>-3.236.879</u>
Liquide middelen einde boekjaar	1.960.144	3.132.210
Liquide middelen begin boekjaar	3.132.210	6.369.089
Mutatie liquide middelen	<u>-1.172.066</u>	<u>-3.236.879</u>

5.4. Algemene toelichting en waarderingsgrondslagen

5.4.1 Algemeen

Activiteiten

De Stichting RTV NH, ingeschreven onder nummer 41224770 bij de Kamer van Koophandel, (voortaan NH Media) stelt zich ten doel een omroepprogramma te verzorgen dat in zodanige mate is gericht op de bevrediging van de belangrijkste, in de provincie Noord-Holland levende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke behoeften, dat de stichting geacht kan worden van algemeen nut te zijn. En in dat kader radio- en/of televisieprogramma's en internetactiviteiten te verzorgen, in hoofdzaak van informatieve en culturele aard en in het bijzonder bestemd voor de provincie Noord-Holland. De stichting is niet gericht op het maken van winst.

NH Media is gevestigd aan de 's-Gravelandseweg 80, 1217 EW Hilversum.

Algemeen

NH Media volgt de richtlijnen zoals opgesteld in het Handboek Financiële Verantwoording Regionale Publieke Media-instellingen en RPO 2024. Tevens is de jaarrekening opgesteld in overeenstemming met de wettelijke bepalingen van Titel 9 Boek 2 BW en de stellige uitspraken van de Richtlijnen voor de jaarverslaggeving, die uitgegeven zijn door de Raad voor de Jaarverslaggeving.

De jaarrekening is opgesteld in euro's. Activa en verplichtingen worden in het algemeen gewaardeerd tegen de verkrijgings- of vervaardigings-prijs of de actuele waarde. Indien geen specifieke waarderinggrondslag is vermeld vindt waardering plaats tegen de verkrijgingsprijs. Als het inzicht van de cijfers dat toelaat, hebben wij de vergelijkende cijfers van 2022 aangepast.

Baten en lasten worden toegerekend aan het jaar waarop zij betrekking hebben. Winsten worden slechts opgenomen voor zover zij op balansdatum zijn gerealiseerd. Verliezen en risico's die hun oorsprong vinden voor het einde van het verslagjaar, worden in acht genomen indien zij voor het opmaken van de jaarrekening bekend zijn geworden.

Oordelen en schattingen

Om de grondslagen en regels voor het opstellen van de jaarrekening te kunnen toepassen, is het van belang dat de directie van NH Media zich over verschillende zaken een oordeel vormt. En dat de directie schattingen maakt die essentieel kunnen zijn voor de in de jaarrekening opgenomen bedragen. Indien het voor het geven van het in art. 2:362 lid 1 BW vereiste inzicht noodzakelijk is, is de aard van deze oordelen en schattingen inclusief de bijbehorende veronderstellingen opgenomen bij de toelichting op de betreffende jaarrekeningpost.

Vergelijking met voorgaand jaar

De gehanteerde grondslagen van waardering en van resultaatbepaling zijn ongewijzigd ten opzichte van het voorgaande jaar. De cijfers over het boekjaar 2022 zijn opgenomen als vergelijkende cijfers. Waar nodig zijn de cijfers anders gepresenteerd voor vergelijkingsdoeleinden.

Continuïteit

De in de onderhavige jaarrekening gehanteerde grondslagen van waardering en resultaatbepaling zijn gebaseerd op de veronderstelling van continuïteit van de stichting. NH Media is per 9 september 2018 opnieuw voor vijf jaar, derhalve tot 9 september 2023, aangewezen als publieke regionale media instelling voor de Provincie Noord-Holland.

In 2020 is de Mediawet op een aantal onderdelen gewijzigd ter uitvoering van de visiebrief van minister Slob. Deze wijziging treedt gefaseerd in werking. Een belangrijkste wijziging is de verlenging van rechtswege van de aanwijzingen van de regionale omroepen tot en met 31 december 2025 zodat de aanwijzingen van alle dertien regionale omroepen gelijklopen met de concessieperiode van de RPO. Dat betekent dat de aanwijzingen van alle dertien regionale omroepen automatisch doorlopen tot en met 31 december 2025. Deze wijziging van de Mediawet is op per 1 juli 2021 ingegaan.

De subsidie voor het jaar 2024 is bevestigd door het Commissariaat van de Media, op basis van de subsidie van 2023. De CPI 2024 komt in het voorjaar van 2024.

Het bestuur concludeert daarmee dat er geen sprake is van materiële onzekerheid die ernstige twijfel kan doen rijzen over het vermogen van de onderneming om haar bedrijfsactiviteiten voort te zetten. En hiermee de continuïteitsveronderstelling gewaarborgd is.

5.4.2 Grondslagen van waardering van activa en passiva

Algemeen

De bepaling van het vermogen vindt, met uitzondering van de waardering en afschrijving van de materiele vaste activa, plaats op basis van historische kosten. Voor zover niet anders vermeld, worden activa en passiva opgenomen tegen de nominale waarde.

Materiële vaste activa

Investeringen in materiele vaste activa (MVA) worden gewaardeerd tegen aanschaffingswaarde verminderd met lineaire afschrijvingen over de aanschaffingswaarde, welke zijn berekend op basis van de geschatte bedrijfseconomische gebruiksduur volgens het Handboek. In het jaar van aanschaf wordt vanaf het moment van ingebruikneming afgeschreven.

De activeringsgrens per 1 januari 2021 bedraagt € 2.500 (tot en met 2020 was dit € 454). Voor de investeringen tot en met 2020 worden de reeds gehanteerde

afschrijvingspercentages gebruikt. En gelden de nieuwe afschrijvingspercentages voor de nieuwe investeringen vanaf 2021. Dit is conform het Handboek Financiële Verantwoording Regionale Publieke Media-instellingen en RPO 2024.

Voor investeringen gedaan voor 1 januari 2017 worden de volgende afschrijvingspercentages gehanteerd:

De afschrijvingspercentages bedragen:

• Bedrijfsgebouwen en terreinen*	6,67% - 10%
• Technische installatie studio's	20% - 25%
• Overige technische apparatuur	20% - 25%
• Hard- en software	25% - 33%
• Kantoorapparatuur & inventaris	10% - 33%

* Betreft bouwkundige aanpassingen gehuurde panden

Voor investeringen gedaan na 1 januari 2017 worden de volgende afschrijvingspercentages gehanteerd:

• Bedrijfsgebouwen in eigendom	2,5%
• Fundamentele aanpassingen pand	2,5%
• Technische installaties	6,67%
• Zend- en energie-installaties	6,67%
• Overige aanpassingen pand	10%
• Overige facilitaire apparatuur	12,5%
• Transportmiddelen	12,5%
• Inventaris en inrichting	20%
• Hard- en software	20%
• Content gerelateerde hard- en software	20%
• Overige investeringen vervoersmiddelen	20%

Kosten voor groot onderhoud worden geactiveerd op het moment zodra deze zicht voordoen en worden afgeschreven op basis van de verwachte levensduur.

Financiële vaste activa

In 2007 heeft NH Media een kapitaalstorting gedaan in de commanditaire vennootschappen:

- Omroep Reclame Nederland Sales C.V. gevestigd te Hilversum;
- Centrale Reclame Services C.V. gevestigd te Hilversum;

NH Media treedt samen met 12 andere vennoten, ieder voor een gelijk deel, op als commanditaire vennoot. De deelnemingen zijn gewaardeerd tegen verkrijgingprijs, indien noodzakelijk worden waardeverminderingen toegepast.

Vorderingen en overlopende activa

De vorderingen worden gewaardeerd tegen geamortiseerde kostprijs onder aftrek van noodzakelijk geachte voorzieningen voor het risico van oninbaarheid. Voor zover niets te amortiseren valt, komt de geamortiseerde kostprijs overeen met de nominale waarde.

De waardering wordt aangepast naar actuele waarde indien deze lager is dan de waardering op basis van de verkrijgingsprijs.

Liquide middelen

Liquide middelen worden gewaardeerd tegen de nominale waarden. Liquide middelen bestaan enkel uit banktegoeden.

Reserve voor de media-aanbod

De reserve voor media-aanbod kan incidenteel een negatief saldo vertonen. In het volgende boekjaar wordt de negatieve reserve voor media-aanbod verrekend met het exploitatieresultaat van dat boekjaar. Indien dit exploitatieresultaat onvoldoende is voor volledige verrekening wordt het resterende negatieve saldo van de reserve voor media-aanbod afgeboekt van de algemene reserve.

Exploitatieresultaten dienen na winstbestemming altijd te worden verrekend met de reserve voor media-aanbod. Het totaal van de reserve voor media-aanbod in een kalenderjaar bedraagt niet meer dan tien procent van de uitgaven van een regionale publieke media-instelling (artikel 2.175 lid 2 Mediawet). Indien de gereserveerde gelden meer bedragen dan tien procent van de uitgaven, wordt het surplus verantwoord als 'overlopende passiva budget voor media-aanbod'.

Winstbestemming

Op basis van het handboek worden niet bestede bijdragen voor media aanbod (het saldo uit gewone bedrijfsuitoefening) overgedragen aan de reserve voor media aanbod. Deze reserve voor media aanbod dient in het volgende jaar te worden aangewend voor de verzorging voor media aanbod. Indien de reserve voor media aanbod de toegestane 10% van de uitgaven overstijgt wordt het surplus overgeheveld naar Overlopende passiva budget voor media aanbod.

Voorzieningen

Voorzieningen worden gevormd voor een in rechte afdwingbare of feitelijke verplichtingen die op de balansdatum bestaan, waarbij het waarschijnlijk is dat een uitstroom van middelen noodzakelijk is en waarvan de omvang op betrouwbare wijze is in te schatten. De voorzieningen worden gewaardeerd tegen de beste schatting van de bedragen die noodzakelijk zijn om de verplichtingen per balansdatum af te wikkelen.

Voorziening Werkzekerheidsafspraken (loopbaantraject)

Deze voorziening wordt gevormd op grond van de CAO voor het omroep personeel en wordt nominaal bepaald.

Voorziening Jubileumverplichting

De jubileumvoorziening betreft een voorziening voor toekomstige jubileumkosten. De voorziening betreft de contante waarde van de in de toekomst te verwachten kosten per de data van de jubilea. De berekening is gebaseerd op gedane toezeggingen, blijfkans en leeftijd. Bij het tot stand komen van de berekende waarde is rekening gehouden met een rekenrente, gehanteerd bij pensioenregeling 'Artikel 44' uit het PNO pensioenreglement, die jaarlijks door pensioenfonds PNO Media wordt aangegeven.

Voorziening lopende claims

Deze voorziening wordt opgenomen voor mogelijk uit te betalen claims die tegen NH Media zijn ingesteld.

Kortlopende schulden en overlopende passiva

Schulden worden bij de eerste verwerking gewaardeerd tegen reële waarde. Transactiekosten die direct zijn toe te rekenen aan de verwerving van de schulden worden in de waardering bij eerste verwerking opgenomen. Schulden worden na eerste verwerking gewaardeerd tegen geamortiseerde kostprijs, zijnde het ontvangen bedrag rekening houdend met agio of disagio en onder aftrek van transactiekosten. Het verschil tussen de bepaalde boekwaarde en de uiteindelijke aflossingswaarde wordt op basis van de effectieve rente gedurende de geschatte looptijd van de schulden in de winst-en-verliesrekening als interestlast verwerkt.

Operationele leasing

Bij de stichting kunnen er leasecontracten bestaan waarbij een groot deel van de voor- en nadelen die aan de eigendom verbonden zijn, niet bij de stichting ligt. Deze leasecontracten worden verantwoord als operationele leasing. Verplichtingen uit hoofde van operationele leasing worden, rekening houdend met ontvangen vergoedingen van de lessor, op lineaire basis verwerkt in de exploitatierekening over de looptijd van het contract.

5.4.3 Grondslagen voor de bepaling van het resultaat

Algemeen

Het saldo (resultaat) wordt bepaald als het verschil tussen het totaal der baten en het totaal der lasten. De baten worden verantwoord in het jaar waarin zij zijn gerealiseerd; lasten reeds zodra zij voorzienbaar zijn.

Subsidies

Subsidies, niet zijnde investeringssubsidies, worden in het resultaat verantwoord zodra het waarschijnlijk is dat de desbetreffende exploitatiesubsidies zullen worden ontvangen en verwacht wordt dat aan de subsidievoorwaarden zal worden voldaan.

De omzetverantwoording van de projectsubsidies is op basis van de voortgang van het project.

Media-aanbod

Onder baten media-aanbod wordt verstaan alle middelen vanuit OCW die voor de verzorging van media-aanbod beschikbaar zijn gesteld.

Reclamebaten

Reclamebaten worden als gerealiseerd beschouwd op het moment van uitzending van de commercial.

Bijdragen van derden / sponsoring

Bijdragen van derden / sponsoring worden verantwoord in het jaar waarop de bijdrage betrekking heeft.

Nevenactiviteiten en overige bedrijfsopbrengsten

De gemelde nevenactiviteiten en overige bedrijfsopbrengsten in het exploitatieoverzicht bestaan hoofdzakelijk uit de verkoop van beeldmateriaal aan particulieren en (commerciële) instellingen en inkomsten uit de verhuur van faciliteiten (studio, camera, etc.) en diensten en worden gerealiseerd in het jaar waarin de diensten zijn geleverd.

Barteringbaten

Na afloop van een boekjaar worden bartertransacties verantwoord in de exploitatierekening. Baten uit bartering dienen afzonderlijk te worden verantwoord in de exploitatierekening op basis van de geldelijke waarde van de ontvangen goederen of diensten. De lasten worden opgenomen onder de barterlasten in de exploitatierekening op basis van de geldelijke waarde van de geleverde goederen of diensten.

De omvang van de baten wordt bepaald op de reële waarde van de ontvangen zaken of diensten, vermeerderd of verminderd met eventuele ontvangen of betaalde liquide middelen of activa die op zeer korte termijn liquide te maken zijn. Indien de reële waarde van de ontvangen zaken of diensten niet betrouwbaar kan worden bepaald, worden de baten bepaald op de reële waarde van de geruilde zaken of diensten, vermeerderd of verminderd met eventuele betaalde of ontvangen liquide middelen of activa die op zeer korte termijn liquide te maken zijn.

In de exploitatierekening worden de baten en lasten van alle bartertransacties verantwoord, ongeacht de aard en reële waarde van de bartertransactie. Voor de volledigheid wordt hierbij vermeld dat dit in tegenstelling is tot de RJ (RJ 270.108, RJ 270.108a), waarbij een bartertransactie met een gelijke aard en reële waarde niet wordt beschouwd als een transactie die een opbrengst genereert.

Lasten

De lasten worden bepaald op historische basis en toegerekend aan het verslagjaar waarop zij betrekking hebben. De programmakosten worden toegerekend aan de periode waarin de programma's worden uitgezonden.

Afschrijvingen

Materiële vaste activa worden vanaf het moment van ingebruikneming afgeschreven over de verwachte toekomstige gebruiksduur van het actief. Indien een schattingswijziging plaatsvindt van de toekomstige gebruiksduur, dan worden de toekomstige afschrijvingen aangepast. Boekwinsten en -verliezen bij verkoop van materiële vaste activa zijn begrepen onder de afschrijvingen.

Personeelsbeloningen en pensioenen

Personeelsbeloningen worden als last in de winst- en verliesrekening verwerkt in de periode waarin de arbeidsprestatie, waarvoor deze beloningen worden verstrekt, wordt verricht. NH Media heeft een pensioenregeling voor haar personeel waarop de bepalingen van de Nederlandse Pensioenwet van toepassing zijn en waarbij op contractuele basis de premie aan Pensioenfonds PNO Media wordt betaald.

De premies worden verantwoord als personeelskosten zodra deze verschuldigd zijn. Vooruitbetaalde premies worden opgenomen als overlopende activa indien tot een terugbetaling of tot een vermindering van toekomstige betalingen leidt. Nog niet betaalde premies worden als verplichting op de balans opgenomen.

De belangrijkste kenmerken van de pensioenregeling (PNO pensioenregeling 1) zijn:

- Er is sprake van een middelloon regeling met een pensioenleeftijd van 68 jaar.
- De regeling bevat een ouderdoms- en nabestaandenpensioen.
- De regeling bevat pensioenopbouw bij (gedeeltelijke) arbeidsongeschiktheid.
- Als pensioengevende grondslag geldt het salaris verminderd met de franchise (in 2023 € 16.322) met een maximum (in 2023 € 128.810) en rekening houdende met de deeltijdfactor.
- De jaarlijkse pensioenopbouw bedraagt 1,875%
- De individuele werknemer betaalt een eigen bijdrage aan het pensioen.
- Het bestuur van het pensioenfonds beslist jaarlijks in hoeverre aanspraken en uitkeringen worden aangepast. Hiervoor zijn de middelen van het pensioenfonds bepalend.
- Deelname aan de regeling is verplicht gesteld voor alle personeelsleden.

De actuele dekkingsgraad betreft 113,1% en de beleidsdekkingsgraad is 119,2% (PNO Media, 31 december 2023).

Financiële baten en lasten

Rentebaten en rentelasten worden tijdsevenredig verwerkt, rekening houdend met de effectieve rentevoet van de betreffende activa en passiva.

5.4.4 Grondslagen voor kasstroomoverzicht

Het kasstroomoverzicht is opgesteld volgens de indirecte methode. De geldmiddelen in het kasstroomoverzicht bestaan uit de liquide middelen. Kasstromen in vreemde valuta zijn omgerekend tegen een geschatte gemiddelde koers. Ontvangsten en uitgaven uit hoofde van interest, ontvangen dividenden en winstbelastingen zijn opgenomen onder de kasstroom uit operationele activiteiten. Betaalde dividenden zijn opgenomen onder de kasstroom uit financieringsactiviteiten. De verkrijgingsprijs van de verworven groepsmaatschappij is opgenomen onder de kasstroom uit investeringsactiviteiten, voor zover betaling in geld heeft plaatsgevonden. Transacties waarbij geen instroom of uitstroom van kasmiddelen plaatsvindt, waaronder financiële leasing, zijn niet in het kasstroomoverzicht opgenomen.

5.5 Toelichting op de balans per 31 december 2023

5.5.1 Materiële vaste activa

Het verloop van de materiële vaste activa is als volgt:

	Bedrijfs- gebouwen en terreinen	Technische apparatuur	Hard- en software	Inventaris	TOTAAL
Stand per 01-01-2023					
Aanschaffingswaarde	1.015.244	1.764.713	859.572	411.954	4.051.483
Cumulatieve afschrijving	-8.460	-447.790	-603.258	-99.892	-1.159.400
Boekwaarde per 01-01-2023	<u>1.006.784</u>	<u>1.316.923</u>	<u>256.314</u>	<u>312.062</u>	<u>2.892.083</u>
Mutaties boekjaar:					
· Investerings	66.833	35.471	181.330	11.073	294.707
· Desinvesteringen		2.799	1.368		4.167
· Afschrijvingen	-102.638	-222.066	-143.117	-65.326	-533.147
· Afschrijving desinvestering		-2.554	-1.413		-3.967
Saldo mutaties boekjaar 2023	<u>-35.805</u>	<u>-186.350</u>	<u>38.168</u>	<u>-54.253</u>	<u>-238.240</u>
Stand per 31-12-2023					
Aanschaffingswaarde	1.082.077	1.797.385	1.039.534	423.027	4.342.023
Cumulatieve afschrijving	-111.098	-667.302	-744.962	-165.218	-1.688.580
Boekwaarde per 31-12-2023	<u>970.979</u>	<u>1.130.083</u>	<u>294.572</u>	<u>257.809</u>	<u>2.653.443</u>

Er is in 2023 voor een totaal bedrag van € 294.707 geïnvesteerd. De investeringen bestaan uit laatste aanpassing aan het M-gebouw, vervanging technische apparatuur, aanschaf mobiele telefoons en isolatie en aankleding van de inspreek ruimtes. De oude mobiele telefoons werden geleased en na afloop van het leasecontract is besloten om de nieuwe mobiele telefoons zelf aan te schaffen.

De desinvesteringen betreffen enkele technische apparaten en twee drones, welke kapot zijn gegaan.

5.5.2 Financiële vaste activa

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Deelnemingen		
Deelneming ORN CV	7.500	7.500
Deelneming CRS CV	7.500	7.500
	<u>15.000</u>	<u>15.000</u>

5.5.3 Vorderingen

De posten opgenomen onder de vorderingen hebben een looptijd van maximaal één jaar.

Debiteuren

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Handelsdebiteuren	522.025	846.857
Voorziening dubieuze debiteuren	-55.157	-43.054
	<u>466.868</u>	<u>803.803</u>

De daling ten opzichte van 31 december 2022 wordt grotendeels veroorzaakt doordat de stand van 31 december 2022 werd beïnvloed door facturering van de gedeelde investeringen en eenmalige kosten rond de verhuizing aan Stichting Publieke Omroep Amsterdam eind 2022.

Deelnemingen

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Vorderingen op deelnemingen ORN CV	30.384	46.703
Vorderingen op deelnemingen CRS	38.122	102.527
	<u>68.506</u>	<u>149.230</u>

De daling per 31 december 2023 wordt veroorzaakt doordat er in 2022 nog meerdere maanden omzet te verrekenen was en dat was eind 2023 niet het geval.

Overige vorderingen en overlopende activa

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Overige vorderingen	132.799	52.263
Vooruitbetaalde lasten	1.906.726	1.738.923
	<u>2.039.525</u>	<u>1.791.186</u>

Onder de vooruitbetaalde lasten vallen onder andere de vooruitbetaalde pensioenlasten ad. € 1.443.049 voor 2023 en € 1.532.468 voor 2024. Deze vooruitbetaalde pensioenlasten 2024 zijn circa € 89.000 hoger dan de vooruitbetaalde pensioenlasten per 31 december 2022.

5.5.4 Liquide middelen

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Banken rekening courant	1.960.144	3.132.210
	<u>1.960.144</u>	<u>3.132.210</u>

Alle liquide middelen staan ter vrije beschikking van NH Media.

De liquide middelen dalen in 2023 grotendeels als gevolg van de daling van de kortlopende schulden welke per 31 december 2022 incidenteel hoog waren. Dit werd veroorzaakt door de nog te betalen eenmalige kosten, investeringen en uit te betalen ontslagvergoedingen gerelateerd aan de verhuizing eind 2022.

5.5.5 Eigen vermogen

Een exploitatieoverschot of tekort gaat conform de 'Uitgangspuntennotitie eigen vermogen regionale media instelling' ten gunste of ten laste van de Reserve voor Media-aanbod. De omvang van de Reserve voor Media-aanbod mag niet meer dan tien procent van de uitgaven in het desbetreffende kalenderjaar bedragen.

Het eigen vermogen ultimo 2023 is opgebouwd uit:

	<u>31 december 2023</u>
Algemene reserve	3.503.467
Reserve voor media-aanbod	961.936
	<u>4.465.403</u>

Stand van de Algemene reserve:

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Stand per 1 januari	3.503.467	3.503.467
Mutaties:		
Onttrekking	-	-
Vrijval	-	-
+/- Resultaatbestemming	-	-
	<u>3.503.467</u>	<u>3.503.467</u>

Stand van de Reserve voor media-aanbod:

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Stand per 1 januari	1.378.133	3.029.752
Mutaties:		
Onttrekking	-	-
Vrijval	-	-
+/- Resultaatbestemming	-416.197	-1.651.619
	<u>961.936</u>	<u>1.378.133</u>

5.5.6 Voorzieningen

Overige voorzieningen

De overige voorzieningen zijn opgebouwd uit de volgende voorzieningen:

Voorziening Werkzekerheidsafspraken

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Stand per 1 januari	74.552	69.307
Mutaties:		
Dotatie	20.483	28.000
Onttrekking	-3.882	-7.220
Vrijval	-	-15.535
	<u>91.153</u>	<u>74.552</u>

Medewerkers hebben op grond van de CAO het recht om eenmaal in de 5 jaar een loopbaantraject te volgen. De voorziening is gevormd op basis van opgebouwde rechten (€ 200 per persoon per jaar) minus verbruik. Deze voorziening wordt gevormd op grond van de CAO voor het omroeperspersoneel en wordt nominaal bepaald. De stijging wordt veroorzaakt doordat er weinig gebruik wordt gemaakt van het loopbaantraject.

Voorziening Jubilea verplichtingen

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Stand per 1 januari	25.619	24.736
Mutaties:		
Dotatie	-	883
Onttrekking	-982	-
Vrijval	-	-
	<u>24.637</u>	<u>25.619</u>

De voorziening bij toekomstige jubilea betreft de geïndexeerde te verwachten kosten per de data van de jubilea (rekening houdend met het verwachte salarisniveau en de geschatte blijfkans) zoals die voortvloeit uit de cao voor het omroeperspersoneel.

Voorziening voor lopende claims

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Stand per 1 januari	25.000	62.366
Mutaties:		
Dotatie	-	-
Onttrekking	-25.000	-
Vrijval	-	-37.366
	<u>0</u>	<u>25.000</u>

In 2019 is een voorziening gevormd voor overige claims die tegen NH Media zijn ingesteld. Deze voorziening is ultimo 2023 geheel afgewikkeld.

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Totaal voorzieningen	<u>115.790</u>	<u>125.171</u>

5.5.7 Kortlopende schulden

De kortlopende schulden hebben een looptijd korter dan 1 jaar.

Schulden aan leveranciers

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Crediteuren	841.547	1.326.281
	<u>841.547</u>	<u>1.326.281</u>

De daling per 31 december 2023 wordt grotendeels veroorzaakt doordat er eind 2022 een hoger crediteurensaldo was als gevolg van de hoge eenmalige kosten en investeringen gerelateerd aan de verhuizing eind 2022.

Belastingen en premies sociale verzekeringen

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Omzetbelasting	59.369	78.869
Loonbelasting en sociale lasten	557.799	565.908
	<u>617.168</u>	<u>644.777</u>

Overige schulden

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
Reservering vakantiedagen	514.396	483.509
Reservering uit te betalen ontslagvergoedingen	55.571	275.413
	<u>569.967</u>	<u>758.922</u>

De reservering van uit te betalen ontslagvergoedingen was per 31 december 2022 incidenteel hoog als gevolg van overeenkomsten met personeelsleden gerelateerd aan de verhuizing eind 2022. Deze zijn uitbetaald in 2023.

Overlopende passiva

	<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
NH Lokaal subsidie	-	180.988
Overige overlopende passiva	593.612	865.773
	<u>593.612</u>	<u>1.046.761</u>

NH Lokaal subsidie: in 2020 heeft NH Media een extra subsidie ontvangen in het kader van 'Innovatie en samenwerken regionale publieke media-instellingen'. Dit project is gestart in 2020 en loopt door tot eind 2023. Per 31 december 2023 is het project inhoudelijk en financieel afgewikkeld.

De daling van de overige overlopende passiva wordt voornamelijk veroorzaakt door betaling van nog openstaande schulden per 31 december 2022 m.b.t. investeringen rond de verhuizing. Ten slotte is er een post opgenomen om huurkosten, exclusief indexatie, van de 's Gravelandseweg in Hilversum van 9 jaar te verdelen over 10 jaar. Voor deze huisvesting is een huurcontract van 10 jaar afgesloten met daarin een huurvrije periode voor het eerste jaar.

Niet in de balans opgenomen rechten en plichten

Huurlasten

Voor de huisvesting aan de 's Gravelandseweg in Hilversum is een huurcontract van 10 jaar afgesloten met daarin een huurvrije periode voor het eerste jaar. In de verplichting zijn de huurkosten van het contract verdeeld over 10 jaar.

Looptijd van de huurverplichting incl servicekosten	0-1 jaar	1-5 jaar	> 5 jaar	Totaal
Mgebouw, Hilversum	429.821	1.719.284	1.576.011	3.725.116

Overige verplichtingen

NH Media heeft ten tijde van de verhuizing in 2022 twee grote contracten afgesloten: één betreffende het beheer (infrastructuur, gebruikersbeheer en beheer van de telefonie) met UNO en één contract met D&MS voor support. Beide contracten zijn voor 5 jaar afgesloten.

Looptijd van overige verplichtingen:	0-1 jaar	1-5 jaar	> 5 jaar	Totaal
UNO, beheer	408.000	1.122.000	-	1.530.000
D&MS, support	113.820	341.460	-	455.280

Leasecontracten

- Met UNO is een lease contract afgesloten voor apparatuur voor 5 jaar
- Er zijn voor 28 personenwagens operationele leasecontracten afgesloten voor periodes van 1 t/m 4 jaar
- Verder zijn er lease contracten afgesloten voor 33 notebooks, 5 printers en 5 bakfietsen

Looptijd van de leasecontracten	0-1 jaar	1-5 jaar	> 5 jaar	Totaal
Lease apparatuur UNO	162.000	445.500	-	607.500
Leaseauto's	153.988	126.723	-	280.711
Lease HP notebooks	25.920	8.640	-	34.560
Lease Canon printers	25.920	73.440	-	99.360
Lease bakfietsen	4.340	3.420	-	7.760

5.6 Toelichting op de exploitatierekening (conform model Va)

5.6.1 Media-aanbod

Bekostiging

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Bekostiging	<u>16.932.346</u>	<u>15.685.099</u>

Stijging van de bekostiging wordt veroorzaakt door de ontvangen indexering over 2023. De subsidies 2023 van Commissariaat van de Media zijn toegezegd onder de kenmerken 925043/925058 en 925043 /955185.

Overige subsidie

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Overige subsidie	<u>184.971</u>	<u>412.726</u>

In 2020 heeft NH Media een extra subsidie ontvangen van OCW in het kader van “Innovatie en samenwerken regionale publieke media-instellingen” onder verlening referentie 21935179. Dit project is gestart in 2020 en loopt door tot eind 2023. De werkelijke kosten en realisatie van de subsidie worden verwerkt in de verlies- en winstrekening. Per 31 december 2023 is het project inhoudelijk en financieel afgewikkeld. De subsidie is door OCW definitief vastgesteld op 4 april 2024, onder referentienummer 45068069.

5.6.2. Reclamebaten

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Bruto omzet regionaal	949.603	961.277
Af: korting regionaal	-240.649	-246.517
Bij: omzet bovenregionaal	76.003	77.440
Netto omzet regionaal	784.957	792.200
Gemiddelde korting	25%	26%
Bruto omzet ORN	493.442	599.139
Af: korting ORN	-72.195	-106.608
Netto omzet ORN	421.247	492.531
Gemiddelde korting	15%	18%
Totale reclamebatens	1.206.204	1.284.731

In 2023 dalen de reclamebatens naar € 1.206.204. Deze daling wordt grotendeels veroorzaakt door de daling van de landelijke omzet (-/- 15%). De regionale omzet daalt licht (1%).

5.6.3 Programmageboden eigen bijdragen

Bijdragen van overige derden

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Bijdragen van overige derden	284.093	268.758

Zie voor een uitgebreid overzicht bijlage VII.

5.6.4 Opbrengst overige nevenactiviteiten

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Opbrengst uitzendrechten en -formats	26.051	34.206
Overige nevenactiviteiten	500	1.430
	26.551	35.636

Opbrengst uitzendrechten en -formats

Dit betreft inkomsten uit incidentele verkoop van licenties voor hergebruik van programma-fragmenten.

Zie voor een uitgebreid overzicht bijlage VI.

5.6.5 Overige bedrijfsopbrengsten

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Opbrengst commissie verkoop reclame AT5	190.798	229.553
Overige opbrengsten	79.462	75.594
	270.260	305.147

[Opbrengst commissie verkoop reclame AT5](#)

NH Media verzorgt voor de Stichting Publieke Omroep Amsterdam de reclameverkoop ten behoeve van de lokale omroep AT5 (merknaam gehouden door Stichting Publieke Omroep Amsterdam). De opbrengst is in 2023 lager dan in 2022 door de daling van de reclameverkopen voor AT5.

[Overige opbrengsten](#)

De overige opbrengsten betreft met name incidentele baten uit doorberekening van kosten.

5.6.6 Barteringbaten

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Barteringbaten	27.528	46.174

Zie voor een nadere specificatie Bijlage VIII.

5.6.7 Lonen en salarissen

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Lonen en salarissen	8.722.357	8.308.422

Het aantal FTE bedraagt per 31 december 2023: 142,9 FTE (31 december 2022: 140,8 FTE) en het gemiddeld aantal medewerkers gedurende het boekjaar 2023 is 136,6 FTE (2022: 137,3 FTE). De stijging van de lonen en salarissen wordt grotendeels veroorzaakt door de CAO- en individuele salarisverhogingen. Verder zijn de in de lonen en salarissen de doorbelastingen van personeel voor het verlenen van wederzijdse diensten tussen Stichting Publieke Omroep Amsterdam en andere media-instellingen en NH Media verwerkt (per saldo € 187.000, 2022: € 172.000).

5.6.8 Sociale lasten

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Bijdrage werkgever in ziektekostenverzekering	52.267	53.453
Pensioenlasten	1.058.100	998.462
Werkgeversaandeel soc. verzekeringswetten	1.615.895	1.523.513
	2.726.262	2.575.428

De stijging van de sociale lasten wordt veroorzaakt door de stijging van de lonen en salarissen.

5.6.9 Afschrijving op materiele vaste activa

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Gebouwen	102.638	15.983
Inventaris en inrichting	65.326	18.828
Hardware en software	143.117	364.813
Facilitaire apparatuur	222.066	187.047
	533.147	586.671

De hoge afschrijvingen van de Hardware en software in 2022 worden veroorzaakt door eenmalige afschrijvingen van de laptops en monitoren.

5.6.10 Directe productiekosten

Facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten)

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten)	248.497	231.666

Technische productiekosten media-aanbod

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Huur van locaties	14.326	23.775
Verbindingen	24.828	17.968
ENG/EFP materiaal	194.044	127.408
Faciliteiten en overige	821.529	482.915
	1.054.727	652.065

De ENG/EFP materiaal is gestegen door extra kosten voor opslag van het digitale beeld en geluid bij een externe partij. De faciliteiten zijn gestegen door hogere kosten van nieuw (na de verhuizing) afgesloten lease en onderhoud contracten m.b.t. support en ondersteuning bij een externe partij.

Overige productiekosten media-aanbod

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Algemene kosten freelancers (programmagebonden)	80.058	63.128
Honorarium freelancers (programmagebonden)	1.477.204	1.319.373
Algemene programmakosten	490.366	398.733
	2.047.628	1.781.234

Algemene kosten freelancers (programma gebonden)

Hieronder vallen onder andere de reis- en verblijfskosten bij producties door freelancers.

Honorarium freelancers (programma gebonden) zijn grotendeels gestegen als gevolg van hogere tarieven.

Sales en reclame

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Promotiekosten	76.717	72.880
Directe productiekosten	214.977	222.890
Auteursrechten e.d.	259.805	263.220
	551.499	558.990

5.6.11 Overige bedrijfslasten

PR en promotie

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Kosten onderzoek	52.696	80.646
Overige PR en promotiekosten	262.257	429.311
	314.953	509.957

Overige PR- en promotiekosten

In 2022 waren de PR en promotie kosten hoger door het ontwikkelen, implementeren en promoten van het nieuwe logo/beeldmerk en huisstijl.

Huisvestingslasten

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Belastingen, verzekeringen en onderhoudskosten	115.307	236.755
Gas, water en electra	96.656	334.421
Huurkosten	324.119	544.576
	536.082	1.115.752

In 2021 is een huurovereenkomst afgesloten met het M-Gebouw in Hilversum met een huuringangsdatum op 1 september 2022. Eind 2022 heeft de verhuizing plaatsgevonden. De kosten zijn in 2023 gedaald door lagere huur,- energie- en onderhoudskosten van de nieuwe huisvesting in het M-gebouw.

Overige algemene lasten

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Kosten betalingsverkeer	2.595	3.204
Bijdrage aan RPO	50.107	40.926
Overige kosten	304.094	1.276.237
Uitbesteed werk aan bedrijven	672.173	844.531
Overige personeelskosten	748.741	626.172
Overige aan afdeling gerelateerde algemene kosten	831.128	499.083
	2.608.838	3.290.153

Overige kosten

De overige kosten dalen in 2023 doordat er in 2022 een groot deel van de eenmalige kosten gerelateerd aan de verhuizing zijn verantwoord (circa € 1mio).

Uitbesteed werk aan bedrijven

Er is in 2023 minder gebruik gemaakt van inhuur op basis van interim, onder andere op de afdelingen Finance en HRM. Tevens waren de Arbo-, beveiliging-, schoonmaak- en kantine kosten in 2023 lager dan 2022.

Overige personeelslasten

In 2023 zijn er meer kosten gemaakt voor het werven van nieuw personeel. Daarnaast zijn de reiskosten van het personeel, als gevolg van de verhuizing van Amsterdam naar Hilversum, hoger dan in 2022.

Overige aan afdeling gerelateerde algemene kosten

Hieronder vallen telefoon-, internet-, automatiseringskosten, servicecontracten, porti- en kopieerkosten. De stijging van de kosten wordt hoofdzakelijk veroorzaakt door nieuw (na de verhuizing) afgesloten contracten m.b.t. automatiserings- en telefoniekosten bij een externe partij..

5.6.12 Barteringlasten

	Realisatie 2023	Realisatie 2022
Barteringlasten	14.028	54.417
SOM DER BEDRIJFSLASTEN	19.390.486	19.678.783

De Barteringlasten zijn niet gelijk aan de barteringsopbrengsten omdat de levering en prestaties niet gelijktijdig zijn gerealiseerd. Het verschil betreft reclame-uitingen welke in 2024 nog door NH Media worden afgenomen.

Zie voor een nadere specificatie van de barter bijlage VIII.

5.6.13 WNT

De WNT is van toepassing op leidinggevende topfunctionarissen bij NH Media. Het voor NH Media toepasselijke bezoldigingsmaximum is in 2023 € 188.000.

Bezoldiging topfunctionarissen

Leidinggevende topfunctionarissen met dienstbetrekking en leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking vanaf de 13^e maand vanaf de functievervulling alsmede degenen die op grond van hun voormalige functie nog 4 jaar als topfunctionaris worden aangemerkt.

Gegevens 2023	
bedragen x € 1	
	David Vink
Functiegegevens	directeur
Aanvang en einde functievervulling in 2023	01/01 t/m 31/12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)	1,0
Dienstbetrekking?	Ja
Bezoldiging	
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	188.396
Beloningen betaalbaar op termijn	19.123
<i>Subtotaal;</i>	207.519
Individueel toepasselijk bezoldigingsmaximum	188.000
-/- Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag	n.v.t.
Bezoldiging	207.519
Het bedrag van de overschrijding en de reden waarom de overschrijding al dan niet is toegestaan	19.519 (zie 1)
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde betaling	n.v.t.
Gegevens 2022	
bedragen x € 1	David Vink
Functiegegevens	directeur
Aanvang en einde functievervulling in 2022	01/01 t/m 31/12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)	1,0
Dienstbetrekking?	Ja
Bezoldiging	
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	188.353
Beloningen betaalbaar op termijn	17.011
<i>Subtotaal;</i>	205.364
Individueel toepasselijk bezoldigingsmaximum	182.000
Bezoldiging	205.364

1) Het algemene overgangsrecht van de WNT is hierbij van toepassing. In zijn algemeenheid betekent dit dat bij een verlaging van de bezoldigingsklasse of van het van toepassing zijnde (verlaagde) maximum de dan reeds overeengekomen bezoldiging vier jaar in stand mag blijven en daarna in drie jaar wordt afgebouwd naar het toepasselijke maximum.

Toezichthoudende topfunctionarissen

De bezoldiging van de Raad van Toezicht bedroeg in 2023 totaal € 50.000. In 2021 zijn er nieuwe afspraken gemaakt met de Raad van Toezicht over de bezoldiging. Deze is op jaarbasis vastgesteld op € 14.000 voor de voorzitter en € 9.000 voor de overige toezichthouders. Beide bedragen zijn exclusief BTW.

De bezoldiging van 2023 is inclusief BTW vanwege de nieuwe wet- en regelgeving die geldt vanaf 7 mei 2021 op de BTW van de bezoldigingen van RvT leden. De Raad van Toezicht heeft in 2023 zes keer vergaderd.

Gegevens 2023					
Bedragen x € 1	Peter van Barneveld	Astrid Elburg	Marcel Mokveld	Lisa van Bommel	Jan Koekoek
Functiegegevens	Voorzitter	Lid	Lid	Lid	Lid
Aanvang en einde functievervulling in 2023	01/01 t/m 31/12	01/01 t/m 31/12	01/01 t/m 31/12	01/01 t/m 31/12	01/01 t/m 31/12
Bezoldiging:					
Bezoldiging	14.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Individuele toepasselijke bezoldigingsmaximum	28.200	18.800	18.800	18.800	18.800
Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag	-	-	-	-	-
Bezoldiging	14.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Het bedrag van de overschijding en de reden waarom de overschijding al dan niet is toegestaan	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde betaling	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t
Gegevens 2022					
Bedragen x € 1	Peter van Barneveld	Astrid Elburg	Marcel Mokveld	Lisa van Bommel	Jan Koekoek
Functiegegevens	Voorzitter	Lid	Lid	Lid	Lid
Aanvang en einde functievervulling in 2022	01/01 t/m 31/12	01/01 t/m 31/12	01/01 t/m 31/12	01/01 t/m 31/12	01/01 t/m 31/12
Bezoldiging:					
Bezoldiging	14.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Individuele toepasselijke bezoldigingsmaximum	27.300	18.200	18.200	18.200	18.200

De Raad van Toezicht bestond uit:

- Peter van Barneveld (Voorzitter)
- Lisa van Bommel
- Astrid Elburg
- Jan Koekkoek
- Marcel Mokveld

Mediaraad

Het totaal aan vergoedingen uitgekeerd aan de leden van de Mediaraad bedroeg in 2022 € 7.829. Per vergadering bedroeg de onkostenvergoeding van de voorzitter € 400 en voor de overige personen € 200 bij aanwezigheid. Daarnaast werden incidenteel reiskosten vergoed. De Mediaraad heeft 5 keer regulier vergaderd in 2023.

De Mediaraad bestond uit:

- Mevrouw M. Terhorst (voorzitter)
- De heer L. de Clercq
- Mevrouw S. Dongor
- De heer H.T. Comvalius
- De heer L. Bugter
- Mevrouw J. Exler
- Mevrouw F. Hanin
- Mevrouw J. Rustenburg

5.6.14 Resultaatbestemming

In 2023 is er een negatief resultaat behaald van € 416.197 en zal in mindering worden gebracht op de reserve voor de media-aanbod. De reserve voor media-aanbod staat daarmee ultimo 2023 op € 961.936.

5.6.15 Gebeurtenissen na balansdatum

Er hebben verder geen materiële gebeurtenissen na balansdatum plaatsgevonden met betrekking tot het boekjaar 2023.

5.7 Model IV: Toelichting op exploitatierekening

	Media- aanbod	Neven- activiteiten	Organisatie kosten	Totaal	Begroting 2023	Afwijking boekjaar- begroting in % van begroting
BATEN						
Media-aanbod						
Bekostiging	16.932.346	-	-	16.932.346	16.029.558	6%
Overige subsidies	184.971	-	-	184.971	144.000	28%
Reclame baten	1.206.204	-	-	1.206.204	1.314.767	-8%
Subtotaal baten media-aanbod	18.323.521	-	-	18.323.521	17.488.325	5%
Programma gebonden eigen bijdragen						
Sponsorbijdragen	-	-	-	-	100.000	
Bijdragen van overige derden	284.093	-	-	284.093	250.000	14%
Opbrengst overige nevenactiviteiten	500	26.051	-	26.551	737.295	-96%
Overige bedrijfsopbrengsten	270.260	-	-	270.260	186.175	45%
Barteringbaten	27.528	-	-	27.528	100.000	-72%
Som der bedrijfsopbrengsten	18.905.902	26.051	-	18.931.953	18.861.795	0%
LASTEN						
Lonen en salarissen	6.561.000	5.057	2.156.300	8.722.357	9.398.429	-7%
Sociale lasten	2.098.182	1.581	626.499	2.726.262	2.369.109	15%
Afschrijvingen op immateriële e materiël vaste activa	4.356	-	528.791	533.147	600.000	-11%
Directe productiekosten						
Facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten)	248.497	-	-	248.497	270.500	-8%
Technische productiekoste media-aanbod (programmalaasten)	678.471	-	376.256	1.054.727	2.001.879	-47%
Overige productiekosten media-aanbod	1.984.650	-	62.978	2.047.628	1.424.060	44%
Sales en reclame	551.499	-	-	551.499	460.608	20%
Overige bedrijfslasten						
PR en promotie	2.963	-	311.990	314.953	332.773	-5%
Huisvestingslasten	-	-	536.082	536.082	605.984	-12%
Overige algemene lasten	426.556	-	2.182.282	2.608.838	1.530.496	70%
Bateringslasten	-	-	14.028	14.028	100.000	-86%
Som der bedrijfslasten	12.556.174	6.638	6.795.207	19.358.019	19.093.838	1%
BEDRIJFSRESULTAAT	6.349.728	19.413	-6.795.207	-426.066	-232.043	84%
Financieel resultaat	-	-	9.869	9.869	-17.967	-155%
Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening	6.349.728	19.413	-6.785.337	-416.197	-250.010	
Verschuldigde surplus reserve media-aanbod	-	0	-	0	0	
EXPLOITATIERESULTAAT na overdracht en belastingen	6.349.728	19.413	-6.785.338	-416.197	-	
FTE gemiddeld RPO	100,7	0,1	35,8	136,6	145,7	
FTE ultimo RPO	104,6	0,1	38,2	142,9	145,7	

5.8 Model VI: Toelichting op nevenactiviteiten per cluster

	Cluster 1	Cluster 2	Totaal
	Licenties	Verhuur personeel/ faciliteiten	Neven- activiteiten
BATEN			
2. Programmagebonden eigen bijdragen	-	-	-
4. Opbrengst overige nevenactiviteiten	26.051	500	26.551
6. Overige bedrijfsopbrengsten	-	-	-
7. Barteringbaten	-	-	-
Som der bedrijfsopbrengsten	26.051	500	26.551
LASTEN			
8. Lonen en salarissen	4.962	95	5.057
9. Sociale lasten	1.551	30	1.581
10. Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	-	-	-
11. Bijzondere waardevermindering vlottende activa	-	-	-
12. Directe productiekosten	-	-	-
13. Overige bedrijfslasten	-	-	-
14. Toerekening organisatiekosten	-	-	-
15. Bateringslasten	-	-	-
Som der bedrijfslasten	6.513	125	6.638
BEDRIJFSRESULTAAT	19.538	375	19.913
22. Rente en soortgelijke kosten	-	-	-
Som der financiële baten en lasten	-	-	-
Exploitatieresultaat voor toerekening Eigen bijdragen	19.538	375	19.913

5.9 Model VII: Sponsorbijdragen en bijdragen van derden

Ontvangen door media-instellingen

Titel media-aanbod	Aantal Afl	Naam Organisatie	Specificatie bijdragen derden in €		
			Totale bijdrage €	Commerciële sponsoring €	Overige derden €
Weggegumd		Vfonds	12.500		12.500
		Letterfonds	5.000		5.000
		Stichting Levi Lassen	5.000		5.000
Hollandse waterlinie		RTV Utrecht	3.630		3.630
Amstelveense Urbanuskerk		Amstelveens Mediafonds	945		945
Ramandan		NTR	7.398		7.398
Expeditie nederland 2023		Omroep Max	16.313		16.313
Amsterdam Museum		Stichting Amsterdam Museum	12.500		12.500
Serie Waternet-Riool		Waternet	12.000		12.000
De nieuwe afsluitdijk II		Rijkswaterstaat	413		413
		Provincie Fryslan	413		413
Egmond halve marathon		Le Champion	5.000		5.000
		NN Insurance Eurasia N.V.	5.000		5.000
NH Water		Waterschap AGV	17.500		17.500
		HNNK	17.500		17.500
Serie Zichbaarheid Provincie NH		Provincie Noord-Holland	15.000		15.000
Wandel4Daagse Alkmaar		Le Champion	5.000		5.000
Dam to Dam		Le Champion	20.000		20.000
		Provincie Noord-Holland	5.000		5.000
Amsterdam Marathon		Le Champion	20.000		20.000
Kampioenen		Le Champion	5.000		5.000
Hoogovens S'toernooi docu		Taat Steel	2.000		2.000
Opening Weidevogelsseizoen		Recreatie NH	3.750		3.750
Bloemencorso Bollenstreek		Provincie Noord-Holland	5.000		5.000
Alkmaar Pride		Stichting Alkmaar Pride	5.000		5.000
Swim to Fifht Cancer		Stichting Fight Cancer	5.000		5.000
Zeehavendagen Amsterdm		ORAM	10.000		10.000
Zomer Toer		Provincie Noord-Holland	10.000		10.000
		Recreatie Noord-Holland	10.000		10.000
Ayoub		Provincie Noord-Holland	15.000		15.000
		Gemeente Hollandse Kroon	10.000		10.000
		GreenPact	5.600		5.600
		Stichting Vonk, Biodivers Perspectief	4.132		4.132
		Stichting SeedValley	2.500		2.500
Sail Den Helder		Provincie Noord-Holland	5.000		5.000
Aansluiting exploitatierekening			284.093	0	284.093
Aansluiting 'vermindering van voorraad' in balans			-	-	-

Ontvangen bijdragen derden door buitenproducenten

Titel media-aanbod	Aantal Afl	Naam Organisatie	Specificatie bijdragen derden in €		
			Totale bijdrage €	Commerciële sponsoring €	Overige derden €
Oorlog in Arcadie	1	V Fonds	4.500		4.500
		Gelders Genootschap	2.500		2.500
De oorlogskoffer	1	V Fonds	30.000		30.000
		Interakt Productions	25.000		25.000
			0		
Totaal ontvangen bijdragen dreden door buitenproducenten			62.000	0	62.000

5.10 Model VIII: Bartering contracten

Nr.	Participant barterovereenkomst	Aanvang	Einde	Prestatie aan de omroepinstelling	Prestatie door de omroepinstelling	Bedrag
						€
01	Hillenaar	Aug. 23	Aug. 23	Masten Amsterdam	Beschikbaar stellen reclamezendtijd	4.825
02	Hillenaar	Dec. 23	Dec. 23	Masten Amsterdam	Beschikbaar stellen reclamezendtijd	16.500
03	Max Mediaproducties	Jan. 23	Dec. 23	Advertentie in Max magazine	Beschikbaar stellen reclamezendtijd	6.203
					Totaal	27.528

Wij volgen de definitie van bartering uit de beleidsbrief bartering door publieke omroepinstellingen d.d. 31-3-2008: Bartering is te omschrijven als ruilhandel met gesloten beurzen, in dit geval tussen een omroep en een externe contractpartij.

5.11 Ondertekening

Het besluit van zowel opstellen als de vaststelling kent een opschortende voorwaarde. De voorwaarde is publicatie van de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en RPO 2024 in de Staatscourant. Deze regeling werkt terug tot 1 januari 2023 en is door NH Media toegepast op de verantwoording over boekjaar 2023. Zonder deze publicatie is de regeling niet van kracht en ontstaat een nieuwe situatie.

De raad van toezicht verleent het bestuur volledige decharge voor het gevoerde bestuur. Hierbij geldt een gelijke opschortende werking vanwege de publicatie van de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en RPO 2024 in de Staatscourant.

Hilversum, 17 april 2024

Namens Directie

David Vink (Bestuurder)

Namens de Raad van Toezicht

Peter van Barneveld (Voorzitter)

Marcel Mokveld (Vice Voorzitter, Mediazaken)

Lisa van Bommel (Financiën)

Jan Koekkoek (Juridische zaken)

Astrid Elburg (Personeel en Ondernemingsraad)