

# Jaarverslag 2024



Media

# Inhoudsopgave

1.	Verlag 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	6
2.1	Algemene informatie	6
2.2	Oogsten en tegelijkertijd blik op de toekomst	6
2.3	Samenwerken als tweede natuur	6
2.4	Journalistiek verslag	7
2.5	Verlag Mediaraad	21
2.6	Bereik verschillende distributiekanaalen	22
2.7	Technologische ontwikkeling en innovatie	27
2.8	Samenwerkingen in technologie	29
2.9	Merkidentiteit	30
2.10	NH Media Sales en Regio Impact	32
2.11	Human Resources en Medezeggenschap	33
2.12	Duurzaamheid en faciliteiten	35
2.13	Mobiliteit	36
2.14	Risicomanagement	37
2.15	Financiële informatie	41
2.16	Fiscaal	44
2.17	Toekomst	45
3.	Model IX: Verklaring governance en interne beheersing	47
4.	Model X: Verklaring integriteit van bestuurders en werknemers	48
5.	Jaarrekening 2024	49
5.1	Balans per 31 december 2024 (Model I)	49
5.2	Exploitatierkening (Model II)	50
5.3	Kasstroomoverzicht over 2024 (Model III)	51
5.4	Algemene toelichting en waarderingsgrondslagen	52
5.5	Toelichting op de balans	59
5.6	Toelichting op de exploitatierkening (conform model Va)	66
5.7	Model IV: Toelichting op exploitatierkening	76
5.8	Model VI: Toelichting op nevenactiviteiten per cluster	77
5.9	Model VII: Sponsorbijdragen en bijdragen van derden	78
5.10	Model VIII: Bartering contracten	79
5.11	Ondertekening	80
6.	Overige gegevens	81
	Controleverklaring van de onafhankelijke accountant	82

# 1. Verslag Raad van Toezicht

## 1.1 Algemene Informatie

De Raad van Toezicht (RvT) van NH Media heeft in 2024 zes keer vergaderd met Algemeen Directeur/Bestuurder David Vink. Er waren vier reguliere vergaderingen op 17 april, 4 september, 3 oktober en 11 december. Op 3 juli vond een strategie dag plaats met het volledige managementteam (MT) en de redactieleiding. Na de vergadering op 3 oktober was er een aparte sessie tussen de RvT en de Ondernemingsraad. Op 17 april heeft de RvT, in aanwezigheid van accountantskantoor Flynth, het jaarverslag 2023 goedgekeurd en unaniem decharge verleend aan David Vink voor het gevoerde beleid in 2023. De vergadering van 4 september stond in het teken van de bekostigingsaanvraag voor NH Media 2025. Op 25 november heeft de remuneratiecommissie een evaluatiegesprek gevoerd met de Directeur/Bestuurder.

## 1.2 Belangrijke onderwerpen voor de Raad van Toezicht in 2024

### a) Jaarrekening NH Media 2023

De RvT heeft met trots kennisgenomen van de volledigheid van het jaarverslag 2023. Er is veel vooruitgang geboekt en zowel het managementteam als de redactieleiding hebben grote stappen gezet. De jaarrekening is vastgesteld en de bestuurder is unaniem decharge verleend.

### b) De nieuwe Mediastrategie van NH Media



Vanaf maart 2024 is er door een representatieve groep medewerkers onder externe begeleiding van strategiebureau Thasis gewerkt aan een nieuwe mediastrategie voor NH Media. Deze strategie is erop gericht om een bredere en meer diverse publieksgroep te bereiken met kwalitatief hoogwaardige journalistiek. Er is een keuze gemaakt voor een drietal kernpublieksgroepen en er is een aanzet gemaakt op hoofdlijnen hoe deze nieuwe strategie organisatorisch vormgegeven gaat worden. De RvT ziet uit naar de verdere plannen betreffende deze Mediastrategie in 2025.

### c) Het RPO Concessiebeleidsplan 2026-2030

De bestuurder heeft de RvT op de hoogte gehouden van de bouwstenen van het RPO Concessiebeleidsplan 2026-2030 en de discussies daaromtrent binnen het ORO (organisatie bestuurders regionale omroepen). De RvT heeft geconstateerd dat de mediastrategie van NH Media in lijn ligt met de collectieve ambities. Voor 2025 zal de RvT nadrukkelijk betrokken zijn bij de aanwijzingsprocedure van de NH Media concessie voor de periode 2026-2030.

### d) Het inrichten van de redactionele leiding

Sinds 2021 wordt de redactionele leiding gevormd door het Journalistiek Managementteam (JMT). Dit team heeft na het vertrek van de hoofdredacteur stabiliteit gebracht en de koers hersteld. De bestuurder heeft aangegeven dat voor de implementatie van de mediastrategie een hoofdredacteur noodzakelijk is. Eind 2024 is de wervingsprocedure gestart.

#### **e) Strategisch risicomanagement**

De RvT heeft met bestuurder en MT het strategisch risicomanagement besproken en zal dit op regelmatige basis blijven agenderen.

#### **f) Samenwerkingen lokale- en regionale omroepen**

De operationele samenwerking met lokale omroepen verloopt goed. De aankomende stelselwijziging en de invoering van streekomroepen krijgen de aandacht van de RvT. De samenwerking met AT5 is gestabiliseerd, zowel op het gebied van ondersteunende diensten (SLA), redactionele samenwerking als contentuitwisseling. Daarnaast wordt de technologische samenwerking tussen NH Media en RTV Utrecht verkend.

#### **g) Bekostigingsaanvraag NH Media 2025**

De bekostigingsaanvraag voor 2025 sluit aan bij de goedgekeurde meerjarenbegroting (2021-2025).

#### **h) Meerjarenbegroting NH Media 2026-2030**

In de meerjarenbegroting 2026-2030 is een eerste schets gepresenteerd met aannames over de verduurzaming van gesubsidieerde projecten op het gebied van digitale transformatie, de mediastrategie en de flexibilisering van het redactiebudget.

#### **i) Samenwerking met de Ondernemingsraad (OR)**

Binnen de RvT onderhoudt een van de leden contact met de voorzitter van de OR. Daarnaast heeft een overleg plaatsgevonden tussen de RvT, de OR en de bestuurder over samenwerking, communicatie en actuele onderwerpen.

#### **j) Functioneren en samenstelling managementteam**

De RvT spreekt regelmatig, naast de bestuurder, ook andere MT-leden in gezamenlijke vergaderingen. Dit geeft beter inzicht in de bedrijfsvoering en faciliteert verdiepende discussies. In 2024 verwelkomde de RvT Mariëlle van Schelt als nieuwe HR-manager.

#### **k) Regelmatige financiële updates**

Door frequente financiële updates en forecasts concludeert de RvT dat het financiële planningstraject goed onder controle is.

#### **l) Ontwikkelingen in de mediasector**

Dit jaar is vaker gesproken over politieke discussies rond het publieke bestel, de consolidatie in de commerciële mediasector en de rol van grote internationale tech-bedrijven. Hoewel deze ontwikkelingen geen directe impact hadden op de strategie en continuïteit van NH Media, hecht de RvT waarde aan een gedeeld toekomstbeeld met de bestuurder.

De RvT is trots op de gezamenlijke inspanningen van alle medewerkers, die ook in 2024 hebben geleid tot een succesvol jaar. Niet alleen zijn er kwalitatief sterke programma's gemaakt, maar er is ook actief gewerkt aan de toekomststrategie. Deze combinatie van prestaties in het heden en vooruitkijken naar de toekomst geeft de RvT vertrouwen in de verdere ontwikkeling van NH Media. De raad dankt alle medewerkers voor hun professionaliteit en inzet, die NH Media tot een onmisbare speler maken in het Noord-Hollandse medialandschap.

### 1.3 Over de Raad van Toezicht

De RvT-leden kunnen maximaal twee termijnen van vier jaar worden benoemd. Na elke jaarvergadering treden één of meer leden af volgens een vastgesteld rooster. De RvT stelt een profiel op voor nieuwe leden en bewaakt een evenwichtige samenstelling. Belangenverstrengeling wordt voorkomen en bij mogelijke conflicten kan de RvT besluiten dat betrokken leden niet deelnemen aan besluitvorming.

#### Raad van Toezicht NH Media

Naam	Functie	Benoeming	Aftredend
De heer P.W.C. van Barneveld	Voorzitter	01-10-2017	01-10-2025
De heer M. Mokveld	Vicevoorzitter	01-02-2018	01-02-2026
Mevrouw A.Y. Elburg	Lid	01-10-2017	01-10-2025
Mevrouw L. van Bommel	Lid	26-08-2019	01-08-2027
De heer J. Koekkoek	Lid	04-02-2020	01-02-2028

De RvT houdt toezicht op intern risicomanagement en controlesystemen door kwartaal- en jaarcijfers te bespreken met het bestuur en jaarlijks de accountant te raadplegen. Daarnaast ontvangt de RvT informatie van het managementteam en de Ondernemingsraad (OR), met minstens één gezamenlijk overleg per jaar. Één RvT-lid is aangewezen als contactpersoon voor de OR. Het RvT-lid met financiële verantwoordelijkheid overlegt minimaal eenmaal per jaar met de accountant. Zelfevaluatie vindt regelmatig plaats.

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

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 bij de Kamer van Koophandel onder nummer 41224770 en handelend onder de naam NH Media, creëert dagelijks informatieve content over belangrijke maatschappelijke thema's in Noord-Holland. Hiermee verbindt NH Media inwoners van de provincie. De content wordt continu gedeeld via diverse platforms: online, apps, sociale media, televisie en radio. Het hoofdkantoor is gevestigd aan de 's-Gravelandseweg 80, 1217 EW Hilversum. NH Media heeft geen winstoogmerk.

De stichting kent een Raad van Toezicht die het beleid van de bestuurder controleert. De bestuurder wordt bijgestaan door een managementteam dat advies geeft en zorg draagt voor de uitvoering van het beleid. De Raad van Toezicht komt standaard vier keer per jaar bijeen en vaker indien nodig, bijvoorbeeld bij belangrijke thema's of beslismomenten. Minstens vijftig procent van het programma-aanbod van NH Media bestaat uit eigen producties of producties die exclusief in opdracht van NH worden gemaakt. De Mediaraad houdt toezicht op het programma-aanbod.

### 2.2 Oogsten en tegelijkertijd blik op de toekomst

Het jaar 2024 had twee gezichten: enerzijds konden we de vruchten plukken van eerder werk, anderzijds richtten we ons sterk op de toekomst. Onze impact en bereik groeiden aanzienlijk: meer mensen besteedden tijd op onze platforms en de kwaliteit van onze programma's nam toe. NH Media werd tijdens Regiohelden bekroond voor diverse inzendingen. Binnen de samenwerking met de RPO boekten we vooruitgang op het gebied van digitale transformatie, zoals het versterken van het datateam en de implementatie van Smartocto. Onze redactie heeft grote stappen gezet in data-geïnspireerd werken en ook onze focus op opleidingen werpt zijn vruchten af. We zijn trots dat we talenten intern hebben kunnen laten doorgroeien en dat enkele van hen zelfs de overstap hebben gemaakt naar landelijke publieke omroepen en andere prominente mediaorganisaties. Dat zien we als een groot compliment.



Naast het oogsten, werd er hard gewerkt aan de toekomst. In lijn met de discussies op RPO/ORO-niveau over het Concessiebeleidsplan (CBP) 2026-2030, werd een nieuw Mediabeleid ontwikkeld voor 2025 en verder. Dit beleid, breed gedragen binnen de organisatie, heeft als doel een groter en diverser publiek te bereiken op de platforms waar zij actief zijn. Voor de implementatie in 2025 is een nieuwe hoofdredacteur aangesteld die de verandering inhoudelijk zal trekken. NH Media gaat goed voorbereid de nieuwe concessieperiode 2026-2030 in.

### 2.3 Samenwerken als tweede natuur

Samenwerking is binnen NH Media een vanzelfsprekendheid. De gemeenschappelijke digitale transformatieprojecten binnen RPO/ORO worden actief omarmd. Onze expertise op het gebied van digitale interactie delen we met andere Regionale Media Instellingen (RMI's) en de redactionele samenwerking met lokale en streekomroepen is verankerd.

Met Omroep Brabant ontwikkelen we gezamenlijk ons CMS verder. Op het gebied van sales heeft Regio Impact (voorheen FUNHA, een samenwerking tussen vier omroepen) een vaste plek gekregen. Daarnaast is een pilot met RTV Utrecht gestart voor samenwerking op het gebied van ICT en AV-technologie. Functionele samenwerking tussen collega's van verschillende omroepen verloopt steeds natuurlijker en NH Media ontwikkelt zich steeds meer als een 'open organisatie'.



### 2.4 Journalistiek verslag

#### 2.4.1 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.

#### 2.4.2 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 redacteurs 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.

- Dankzij de verankering van onze verslaggevers kunnen we werken aan thema's als lokale identiteit en cultuur. Bijvoorbeeld: 't Vòlledams valt in de categorie bedrêigde toale, net as alle Néjderlânse stréjtkoale. Het Volendamse dialect staat onder druk omdat steeds meer jonge mensen geen Volendams meer aanleren, maar alleen Nederlands.
- De verslaggevers werken samen rond thema's die in meerdere regio's spelen. Zoals in Noord-Holland Noord: een regio die sneller vergrijst, waar op plekken bovengemiddeld wordt gedronken, maar ook obesitas, kanker en dementie veel voorkomen. Tientallen zorginstanties hebben de ambitie om de regio, de gezondste van Nederland laten zijn in 2030.
- Door ons netwerk van verslaggevers geven we nieuwsverhalen een gezicht. Bijvoorbeeld in Wogmeer waar het hele dorp in actie komt voor de zieke café-eigenaar Lonnie en haar gezin Of het verhaal over Merel. Ze leeft zelf in armoede, maar helpt toch 20 gezinnen de feestdagen door. Of door betrokken te zijn bij de Bloemendagen.

### 2.4.3 Inspiratie en verbinding

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

- Geen betaalbaar huis te vinden in Schagerbrug, dus namen Jan Jaap Swart (32) en een groepje dorpsgenoten het heft in eigen handen. Met succes: hun nieuwe woonwijk wordt in januari opgeleverd.
- In 2024 brachten we een nieuw seizoen van 'Strijders'. In de serie geven we ambitieuze en inspirerende Noord-Hollanders een podium om hún verhaal te vertellen. Deze Strijders zetten ze zich op hun eigen manier vol passie en energie in voor hun wijk, het milieu, de leefbaarheid of de zorg. In een korte monoloog vertellen ze over hun droom, de hobbels en de successen.
- In 2022 namen bewoners van de Parkstraat in Zaandam het initiatief om een opvang voor Oekraïense vluchtelingen te realiseren. Twee later zijn de bewoners nog steeds nauw betrokken.
- De wooncrisis in de IJmond heeft één onverwacht voordeel: steeds meer bewoners nemen zelf het heft in handen om oplossingen te creëren.
- Een dorp zonder café is geen dorp, vinden ze in Schagerbrug. Toch dreigt de dorpskroeg er te verdwijnen nu de eigenaren van het pand de boel willen verkopen. Via een speciale constructie kunnen inwoners nu een 'stukje' kroeg kopen.



- Wie komt er als er brand is? De brandweer. Maar op het eiland De Woude gaat dat nét wat anders, daar houden de bewoners hun eigen broek op, als het gaat om het blussen van branden of het verlenen van hulp bij een ongeval.
- Door een faillissement dreigt zwembad Het Baafje uit Heiloo te verdwijnen. Een groep inwoners neemt nu zelf het heft in handen om hun geliefde zwembad van de ondergang te redden.
- Bij de tweede editie van het Regiosongfestival hebben we een nieuw format bedacht voor onze Noord-Hollandse kandidaat. Vier artiesten werden bijgestaan door professionele muzikanten en producers, om hun eigen nummer zo goed mogelijk te perfectioneren. Een vakjury koos uiteindelijk de winnaar. De Haarlemse Renee Rose heeft NH vertegenwoordigd op het Regiosongfestival in Maastricht, waar ze als vierde eindigde. De winnaar was Omroep Gelderland, waardoor automatisch de finale in 2025 in Gelderland is. Naast TV, radio en online, was er ook via de NH social kanalen veel aandacht voor het Regiosongfestival.



#### 2.4.4 Interactie

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. Ook via onze platformen en met onze verhalen en vertelvormen maken we voortdurend verbinding met ons publiek.

- Je hebt de Pieter de Poepsteeg in Hoorn, Tussen Hel en Vagevuur, Vette Knol in Enkhuizen en Boenluif in Hoogwoud. Maar wat is de meest bijzondere of grappige straatnaam van West-Friesland? En wie verdient het om een straat naar zich vernoemd te krijgen? Dat bepaal jij!
- Ook rondom bijzondere publicaties zoekt NH de interactie op. Bijvoorbeeld bij de première van de docu 'De tijd zal het leren'. In die docu volgt NH-journalist Kelly Blok de zoektocht naar de 54 jaar geleden verdwenen Texelse viskotter. Op twaalf uur varen van IJmuiden kwam alles in die zoektocht samen. Samen met betrokkenen en nabestaanden bekeek ze de documentaire in een bioscoopzaaltje op Texel en ging met hen in gesprek.
- NH Helpt is *de* online omgeving waar Noord-Hollanders die naar elkaar omkijken elkaar kunnen vinden. Of je nu op zoek bent naar een helpende hand of juist graag wilt bijdragen aan het welzijn van anderen, NH Helpt is de plek waar Noord-Hollanders elkaar ontmoeten, steunen en inspireren.

- De uitwisseling is altijd kosteloos en bij voorkeur tussen buurt- of streekgenoten. Zo wil NH de interactie in de provincie bevorderen en het gemeenschapsgevoel vergroten.
- 'Binnenvetter of stugge zegger?' In West-Friesland zijn jongeren er mentaal slechter aan toe dan de rest van Nederland, maar hoe komt dat? De West-Friese redactie ging één week lang terug de schoolbanken in en werkte vanuit een klaslokaal van het Martinuscollege in Grootebroek om daar in gesprek te gaan met leerlingen, ouders, hulpverleners en leerkrachten.



### 2.4.5 Onderzoek & verdieping

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

NH nam de inhuur van extern personeel bij alle 44 Noord-Hollandse gemeenten onder de loep via een WOO-verzoek. Het leidde tot een hoofdverhaal, maar ook meerder regionale verhalen (1) (2) (3).

- In samenwerking met Kieskompas en de andere regionale omroepen hebben we in aanloop naar de Europese Verkiezingen onderzoek gedaan naar hoe Noord-Holland aankijkt tegen de toekomst van boeren.
- Omgevingsdiensten komen door personeelstekorten onvoldoende toe aan milieucontroles. Dat blijkt uit onderzoek van NH, samen met andere regionale omroepen en de NOS. Zonder (voldoende) controles kunnen bedrijven ongehinderd giftige stoffen uitstoten. Stoffen die gevaarlijk zijn voor de gezondheid van de mens.
- Afvalwater wordt nauwelijks gecontroleerd, en het is vaak een raadsel welke bedrijven precies gifstoffen wegspoelen via de riolering. Want dat dit op grote schaal gebeurt, is wel duidelijk. Hoe er weer grip op te krijgen, blijft de grote vraag. Dat blijkt uit onderzoek van NH.
- Er is 7 keer onderzoek gedaan onder de leden van het NH Nieuws-panel. Uiteraard de jaarlijks terugkerende, zoals het vuurwerk- en Prinsjesdagonderzoek. Maar ook is er onderzoek gedaan naar de formatie van het kabinet, de spreidingswet en het hoogwater in januari. We onderzochte de oranjekoorts bij de panelleden in aanloop naar het EK voetbal. En ook hadden we nog twee echt regionale onderzoeken. Naar de mening over de plannen voor een kernreactor in West-Friesland, en wat ze de

gekste straatnaam in West-Friesland vonden. Inmiddels telt het NH Nieuws-panel zo'n 6.700 leden.

### 2.4.6 Sport

Voetbaltalkshow De Aftrap vierde op feestelijke wijze de 100e uitzending met als gasten Jack van Gelder en zanger Jan Keizer. In het nieuwe tv-seizoen verruilde NH Sport op maandag de virtuele studio in Hilversum voor wisselende locaties in de provincie. Van de atletiekbaan in Den Helder, de Ajax Fanshop in de ArenA tot zwembad De Slag in Zaandam, het circuitpark Zandvoort en de kantines van diverse amateurclubs. Op locatie vertelden sporters én vrijwilligers over hun beleving en liefde voor de sport.

Met de Alkmaarse wielploeg Parkhotel Valkenburg reisde sportverslaggever Thomas Brood in de zomer drie weken door China. In de tweedelige documentaire Brede Wegen kreeg je een mooi kijkje achter de schermen bij de wielploeg.



Ook pakte NH Sport zowel online, op radio als op tv uit rond de bekerwedstrijden van de amateurs van Kolping Boys uit Oudorp tegen FC Groningen en het Haarlemse Koninklijke HFC tegen landskampioen PSV. Tot slot maakte sportjournalist John Volkers voor NH zes verhalen over Noord-Hollandse sporters tijdens de Olympische Spelen in Parijs.

### 2.4.7 Diversiteit en inclusie

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 de serie Nieuw in NH vertellen nieuwe Noord-Hollanders over hun leven in Syrië, het oorlogsgeweld, de reis naar Europa en het vinden van hun weg in Nederland. De portretten zijn gemaakt door NH-journalist Mohammad Al Moussa en stagiair Nagham Alsahli, die beiden ook vanuit Syrië naar Nederland zijn gevlucht.
- Hakim gaat langs bij mensen met een bijzondere culturele achtergrond en leert meer over hen en de vaak bijzondere beroepen die ze hebben. Wat zijn de verschillen en overeenkomsten tussen hun land van herkomst en Nederland.
- In 'Van ver naar vertrouwd' portretteert de Syrische programmamaker Mohammad Almousa Noord-Hollanders én nieuwkomers die elkaar hebben gevonden in vriendschap.

- Ook in leeftijd streeft NH naar diversiteit. Sinds enige tijd werkt NH met een Jongerenverslaggever. Deze houdt contact met een jong publiek via het RPO-jongerenpanel en het geven van gastlessen op scholen. De verslaggever maakt verhalen met een focus op jongeren en de jongerencultuur. Bijvoorbeeld over [crypto](#), [vapen](#), [bingedrinken](#), of [mentale gezondheid](#).

### 2.4.8 Kweekvijver

Bij NH geloven we in kennisdeling en het stimuleren van groei. We bieden onze medewerkers de kans om zich binnen hun functie te ontwikkelen en streven ernaar een broedplaats te zijn voor journalistiek talent, zowel voor studenten als zij-instromers. Om dit te versterken, hebben we een opleidingscoördinator aangesteld die diverse interne en externe trainingen en opleidingen organiseert en faciliteert.



Het afgelopen jaar hebben stagiaires op onze redacties waardevolle ervaring opgedaan. Zij werkten nauw samen met ervaren journalisten, brachten hun vaardigheden in de praktijk en droegen actief bij aan de dagelijkse nieuwsproductie voor onze verschillende platforms. Dit traject bevorderde niet alleen hun professionele

groei, maar verrijkte NH ook met frisse perspectieven en nieuwe ideeën vanuit de jongere generatie.

Daarnaast zien we het als een belangrijke publieke taak om journalistiek toegankelijk te maken voor iedereen, inclusief nieuwkomers. Zo hebben we het afgelopen jaar een gevluchte Oekraïense journalist aan onze redactie mogen toevoegen. Intensieve begeleiding is hierbij cruciaal, maar de uitwisseling van culturen en werkwijzen ervaren we als een grote meerwaarde. Het stelt ons in staat om verhalen te vertellen vanuit nieuwe perspectieven, die anders verborgen zouden blijven.

### 2.4.9 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.

### 2.4.10 Samenwerking onderwijs

- Nieuwslokaal: Het afgelopen jaar hebben we het project “Nieuwslokaal” georganiseerd op de internationale schakelklas in Naarden. Op het ISK worden niet-Nederlandstalige leerlingen klaargestoomd voor het Nederlandse onderwijs. In het

project “Nieuwslokaal” maken scholieren een journaal over hun directe leefomgeving, tijdens dat maakproces behandelen we journalistieke principes en mediawijsheid. Vanuit de Hilversumse middelbare scholen is het verzoek gekomen om dit project uit te bouwen tot een lesmethode. Samen met het Hilversumse Roland Holstcollege, de School voor Journalistiek in Utrecht en het Comenius Instituut voor onderwijsvernieuwing van de Radboud Universiteit zijn we begonnen om ervaringen uit de afgelopen jaren om te zetten in een lespakket. Studenten van de School voor Journalistiek zijn in het kader van journalistieke innovatie begonnen om dat pakket vorm te geven. In de loop van 2025 zullen we dat testen op het Roland Holstcollege.

- Social Natives en nieuws: De scholen voor journalistiek in Utrecht en Zwolle zijn een gemeenschappelijk onderzoekstraject begonnen om nieuwe journalistiek vormen te ontwikkelen waarmee het beter lukt om jongeren te bereiken. Vanuit NH praten we mee over de opzet van het onderzoek. Twaalf mediaorganisaties zullen in de volgende fase journalistieke producties maken speciaal gericht op social natives, onderzocht wordt welke vorm en welke inhoud het best werkt om deze doelgroep te bereiken.
- De Grote Gooise Voorleesshow: De Gooise streekredactie heeft het afgelopen jaar een bijzonder initiatief ontwikkeld om MBO'ers te stimuleren om te gaan lezen. Alle leerlingen van alle VMBO 3 en 4 klassen uit het Gooi hebben samen met aansprekende bekende Gooiers/Nederlanders het boek *Boy 7* van Mirjam Mous gelezen. In 12 afleveringen is het boek voorgelezen, in de klas volgen de leerlingen dat via het lokale tv-kanaal of YouTube. De streekredactie is een samenwerkingsverband van onze Gooise regioredactie en de streekredactie van de lokale omroepen. De uitzendingen zijn begonnen in november en de MBO'ers zijn inmiddels aan aflevering 9 toe.

#### 2.4.11 Lokale samenwerkingen

In 2024 hebben we, net als voorgaande jaren, sterk ingezet op lokale samenwerkingen. Ons doel is om de lokale nieuwsvoorziening te optimaliseren door krachten te bundelen op zowel inhoudelijk als facilitair vlak. Afhankelijk van de lokale partner werkten we samen op het gebied van online, tv en in mindere mate radio.



NH heeft in 2024 met verschillende streekomroepen in gemeenschappelijke redacties samengewerkt, waaronder Streekomroep West-Friesland, Streekomroep NH Gooi en AT5. Daarnaast was er intensieve samenwerking met Streekstad Centraal rondom Alkmaar. Deze gemeenschappelijke redacties leverden dagelijks verhalen voor zowel de platforms van de lokale partners als de kanalen van NH Media.

NH biedt een facilitair centrum waar lokale partners gebruik kunnen maken van de technische expertise en faciliteiten die NH Media in huis heeft. Het CMS van NH fungeert als een uitwisselplatform en is in staat om geautomatiseerd content op de websites van lokale partners op te halen en af te leveren. Hierdoor is deze content, naast het relevante materiaal van NH, beschikbaar in het lokale CMS van de regioredacties.

#### 2.4.12 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 2024 zes documentaires tot stand. Waaronder:

- Jarenlang ging het niet goed in de Indische Buurt in Amsterdam. De wijk verpauperde en kwam in 2007 op de lijst met 40 armste wijken van Nederland. Inmiddels is er veel veranderd. Door de traditionele Sint Maartenviering uit te bouwen tot een lichtparade voor iedereen, proberen buurtbewoners de verschillende groepen in deze multiculturele wijk met elkaar te verbinden. De documentaire 'Illuminando de Indische Buurt' volgt de voorbereidingen naar de Sint Maartenoptocht.
- Studenten Elias Ludikhuijze en Joris Verschuur maakten de documentaire 'Schipperen' over de passagiersvaart, de bruine vloot genaamd. Aanleiding waren de strengere regels voor vakantieschepen na twee dodelijke ongelukken. Al liep het plan voor de documentaire uiteindelijk heel anders dan vooraf gedacht.
- Voor onze serie 'Over het Noordhollandsch Kanaal' werkten we nauw samen met het Noord-Hollands archief voor het gebruik van historische beelden in de afleveringen.

#### 2.4.13 Samenwerking regionale en landelijke omroepen

Na de succesvolle start van Expeditie Nederland in 2022 is de samenwerking met alle regionale omroepen en Omroep MAX ondertussen het derde seizoen ingegaan. Voor dit magazine op NPO2 met verbindende verhalen maakt NH 10 reportages die we zelf ook op tv en online publiceren. Daarbij kan onze verslaggever ook instappen op het grote netwerk van onze regioverslaggevers. NH levert voor Expeditie Nederland een vaste verslaggever voor de Noord-Hollandse verhalen. 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.

Het project Regio Songfestival heeft het afgelopen jaar zijn tweede editie beleefd. Wederom zijn alle regionale omroepen een intensieve samenwerking met elkaar aangegaan. NH heeft een uitgebreide voorronde uitgezonden, waarbij de kandidaten begeleid werden door professionele producers.



Uiteindelijk werd 'onze' regionale finale gewonnen door de Haarlemse Renee Rose. Met alle regionale omroepen organiseerden we vervolgens de landelijke finale. Dit keer in Maastricht, omdat de winnaar van 2023 het Limburgse L1 was. De editie van 2025 zal in Gelderland zijn, die gingen er in november met de winst vandoor.

#### 2.4.14 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. Daarnaast werkt de redactie ook steeds vaker samen met Bureau Regio, de NOS en andere regionale omroepen op het gebied van onderzoeksverhalen.

#### 2.4.15 Radio

In 2024 is de vernieuwde radioprogrammering van NH verder afgestemd. In januari / februari is er met een grote outdoor campagne aandacht gevestigd op de programmamakers en hun nieuwe tijdstippen. Een bijpassende social media campagne heeft daarbij gezorgd voor online ondersteuning van deze boodschap.

Bij grootse aanpassingen in een programmering zie je vaak een terugval in bereik. NH heeft echter niet veel ingeleverd en is redelijk stabiel gebleven. Dat biedt mogelijkheden om komend jaar te werken aan groei.

De samenwerking met onze regioverslaggevers en het vertellen van lokale verhalen is daarbij een belangrijk onderdeel van het unieke karakter van onze zender. De verbinding met de luisteraars wordt opgezocht en verder uitgebouwd in 2025, waarbij de gezichten en karakters van onze makers herkenbaar worden uitgedragen.

Het weekbereik van de radio heeft in het afgelopen jaar een groei doorgemaakt en was sinds 2017 niet meer zo hoog geweest. Het marktaandeel is echter nog niet toegenomen, wat ook te maken heeft met de sterke positie van concurrerende (landelijke) radiozenders.

De stemmen en anchors op weekdays zijn behouden gebleven. In het weekend is er een aanpassing gedaan in presentatie van De Agenda.

Maandag t/m vrijdag	Zaterdag	Zondag
06:00 – 10:00 uur De Ontbijttafel	08:00 – 10:00 uur De Agenda	08:00 – 10:00 uur De Agenda
10:00 – 12:00 uur Goedemorgen!	10:00 – 12:00 uur NH Sportcafé	10:00 – 12:00 uur Tekst & Uitleg
12:00 – 14:00 uur June Tot Twee	12:00 – 14:00 uur NH Helpt	12:00 – 14:00 uur Adres Onbekend
14:00 – 16:00 uur Goeiemiddag!	14:00 – 17:00 uur Duizend van Driessen	14:00 – 17:00 uur Muziekmiddag
16:00 – 19:00 uur Vandaag de Dag	17:00 – 19:00 uur Helemaal NH	17:00 – 19:00 uur NH Sport





## 2.4.16 Podcasts

Podcastproducties zijn inmiddels een vast onderdeel in het luisteren van on-demand audio. In 2024 publiceerden we drie grote podcastseries:

### 1. Hilversum, Het Dorp Van Toen

Over de onderbelichte geschiedenis van het dorp met een stads karakter, ter gelegenheid van het 600-jarig bestaan.



### 2. Jelmer Wil Slapen

Een verhaal van een jonge, levenslustige verslaggever van NH, die ten onder dreigt te gaan door een chronisch slaapprobleem. Het vinden van balans tussen stadsleven, prikkels, werk en rust komen in zijn zoektocht naar een oplossing aan bod.

### 3. Rosehaghe, op zoek naar de ideale woonwijk

Journalist Maikel Ineke duikt in de geschiedenis en het heden van de Haarlemse wijk Rosehaghe. Wat is er over van de idealen waarmee de wijk werd gebouwd? En kunnen die idealen opnieuw inspireren om de woningnood van nu op te lossen?

Daarnaast wordt er een wekelijkse sportpodcast gemaakt, waarbij prominenten uit de sportwereld aanschuiven bij Leo Driessen in een Amsterdams café. Door het regelmatige verschijnen van deze titel heeft deze podcast een flinke schare vaste luisteraars. Komend jaar wordt er een strakker podcastbeleid uitgerold binnen NH, waardoor de zichtbaarheid van het merk buiten onze eigen domeinen hopelijk wordt vergroot.

## 2.4.17 Informatieve programmering

De informatieve tv-programmering bij NH hanteert vaste thema's op specifieke dagen.

Na het dagelijkse nieuws om 17:00 uur worden 1 of 2 programma's uitgezonden, variërend van 5 tot 16 minuten. Deze programma's behandelen thema's zoals sport, economie/duurzaamheid, verbinding, kunst en cultuur, natuur en geschiedenis.

We kiezen voor 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 NH Helpt; ons nieuwe platform waarin Noord-Hollanders die hulp zoeken gekoppeld worden aan provinciegenoten die hulp aanbieden.

## 2.4.18 Televisieprogrammering

### Economie

- [Pak an Groen](#). Over duurzaamheid van bedrijven en particulieren.
- [Airtime](#). Met Schiphol nieuws en de laatste vliegtuig weetjes.
- [Expeditie NH](#). serie over diverse thema's (mobiliteit, wonen, energietransitie etc)

### Verbinding

- [Iconen](#). Portretten van bekende Noord-Hollanders.
- [Strijders](#). Over individuele doorzetters die iets bijzonders bereiken.
- [Zomertoer 2024: Parels van de regio](#) Over de identiteit van onze 10 regio's.
- [Hakim Ontmoet](#). Over culturele verschillen en wat we van elkaar kunnen leren.
- [Van Ver naar Vertrouwd](#): Syriërs bouwen vriendschappen op met Noord-Hollanders.
- [NH Helpt](#) Platform voor en door Noord-Hollanders die hulp geven of kunnen gebruiken.

### Kunst en cultuur

- [Culture Club](#). Magazine over alle kunstdisciplines.
- [Regio Songfestival](#). Wie wordt de beste artiest of groep van Noord-Holland?
- [Zaans Groen](#) Over de historie van de Zaanse groene kleur.

### Natuur

- [Natuurlijk NH](#). Actueel natuurmagazine over bijzondere en kwetsbare natuur.
- [Koken met Kok](#). Natuur- en kookprogramma in één!
- [Expeditie NH](#). Journalistieke serie over diverse thema's (partnercontent).

### Geschiedenis

- [Ons Dorp](#). Met nostalgische oude beelden.
- [De Verdwenen stad](#). Geschiedenisserie over Alkmaar.
- [Over het Noordhollandsch Kanaal](#) (partnercontent).
- [Een Museum voor Amsterdam](#). (partnercontent).

### Sport

- [NH Sport](#). Wekelijks sportmagazine.
- [De Aftrap](#). over de Noord-Hollandse clubs.
- [De Vier van Noord-Holland](#) (partnercontent).



Naast onze reguliere programmering, die wordt aangevuld met partnercontentproducties en ongeveer 20 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.

### 2.4.19 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.

### 2.4.20 De partnerproducties

#### Evenementen

- [NN Egmond Halve Marathon](#)  
Partners: Le Champion en Nationale Nederlanden
- [Opening Weidevogelseizoen](#)  
Partner: Provincie NH
- [Bloemencorso Bollenstreek](#)  
Partner: Provincie NH
- [Hilversum City Run](#)  
Partner: Provincie NH
- [Pride tocht Alkmaar](#)  
Partner: Alkmaar Pride
- [Bevrijdingspop](#)  
Partner: Provincie NH
- [Wandel4Daagse Alkmaar](#)  
Partner: Le Champion
- [Dam tot Damloop](#)  
Partners: Le Champion Provincie NH
- [TCS Amsterdam Marathon](#)  
Partner: Le Champion



## Documentaire

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

## Expeditie Noord-Holland

- [‘Havens’](#) - Partners: Provincie Noord-Holland, Maritiem Cluster Kop van Noord-Holland, Programmabureau Noordzeekanaalgebied

## 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
- [Zomertoer 2024: Verborgene Parels](#): - Partners: Provincie NH en Recreatie NH
- [Over het Noordhollandsch Kanaal](#) Partner: Provincie Noord-Holland, gemeente Alkmaar, gemeente Purmerend, Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier, Sportvisserij MidWest Nederland, Routebureau Recreatie Noord-Holland, Koninklijke Binnenvaart Nederland
- [Gebruikte Stenen](#) Partner: Provincie Noord-Holland, gemeente Hoorn, gemeente Den Helder, Gemeente Dijk en Waard, gemeente Haarlemmermeer en Het Cultuurfonds

## Sport en bewegen

- [De Vier van Noord-Holland](#) – partner Provincie Noord-Holland

## Algemeen

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

## 2.5 Verslag Mediaraad

### 2.5.1 Bijeenkomsten en samenstelling Mediaraad

De Mediaraad is in 2024 vier maal bijeengekomen op 3 april, 19 juni, 2 oktober en 10 december en daarnaast is er op 30 mei een NH brede inspiratiesessie geweest over diversiteit en inclusie met medewerking van Mediaraad lid Fatima Hanin.

Twee vergaderingen hadden plaats Hilversum. In april werd er bij AT5 in de OBA vergaderd en in december had de vergadering plaats in het Nhow hotel in Amsterdam.

Op 18 april 2024 hebben Fatima Hanin en Mirjam Terhorst als vertegenwoordiging van de NH Mediaraad deelgenomen aan de Landelijke Dag voor Regionale Mediaraden in Woerden. Ook directeur David Vink was aanwezig.

### Samenstelling Mediaraad

Naam	Woonplaats	Functie	Stroming
Mirjam Terhorst	Amstelveen	Voorzitter	Bedrijfsleven
Hendrik Comvalius	Huizen	Vice-voorzitter	Maatschappelijke Zorg & Welzijn, Natuur & Milieu
Hans de Clercq	Naarden	Lid	Onderwijs & Educatie
Jorieke Exler	Haarlem	Lid	Sport & Recreatie
Fatima Hanin	Amsterdam	Lid	Etnische & Culturele Minderheden, Werk & Arbeidsmarkt
Simone Dongor	De Kwakel	Lid	Kunst & Cultuur, Levensbeschouwing & Religie
Lucas Bugter	Heiloo	Lid	Jeugd & Innovatie (digitaal, sociale media)
Josina Rustenburg	Wieringerwerf	Lid	Natuur & Milieu, Agrarisch

### 2.5.2 Mediabeleid

In 2024 is verder voortgebouwd op het Redactieplan “Het verhaal van NH” (2023), gebaseerd op de 9 redactionele pijlers. Tegelijkertijd is NH Media in 2024 gestart met het nieuwe Mediabeleid 2025 en verder. Tussen Mediaraad en redactieleiding is afgesproken dat in 2024 de focus kwam te liggen op Diversiteit & Inclusie en het bereiken van jongeren. Vanzelfsprekend is het nieuwe Mediabeleid 2025 - dat gebaseerd is op het bereiken van bredere en meer diverse publieksgroepen op de voorkeursplatformen van deze publieksgroepen- in twee instanties uitgebreid besproken. De april vergadering is gewijd aan de redactionele samenwerking met lokale omroep AT5. Hiervoor heeft de Mediaraad de gelegenheid gekregen rond te kijken bij AT5 en uitgebreid van gedachten te wisselen met de directeur en hoofdredacteur van POA/AT5.

### 2.5.3 Evaluatie Mediabeleid

Vanwege het focusthema “Diversiteit en Inclusie” is het format “Nieuw in NH” uitgebreid behandeld. In dit format maakt een Syrische NH medewerker Mohammed Alsahli vanuit zijn perspectief portretten van Syrische vluchtelingen in Noord- Holland. De Mediaraad is buitengewoon enthousiast over dit concept en de kwaliteit van de uitvoering. Het item “Steunpilaren” dat vriendschappen in beeld en woord brengt tussen “nieuwe – en bestaande Nederlanders” is in dit kader ook uitvoerig aan bod gekomen. De Mediaraad beschouwt dit als een bijzonder pareltje net als de portretten die Hakim Traidia gemaakt heeft van vluchtelingen die al langer dan 10 jaar in Nederland zijn. Vanwege de zorgvuldig gekozen invalshoeken en de toon, is de Mediaraad van mening dat deze formats bijdragen aan een genuanceerde discussie over het integratie thema. Dit is een zeer actueel (landelijk) thema waarbij het mooi is te verspreiden dat de invulling heel dichtbij in Noord-Holland wordt gerealiseerd. Kortom: een actueel thema dat vanuit positieve grondslag wordt gedocumenteerd, waarbij de uitdagingen ook worden benoemd.

De inzet van het Jongerenpanel heeft geleid tot een zeer noemenswaardige serie over mentale gezondheid onder jongeren in West-Friesland. De Mediaraad ziet dat steeds meer dat journalistieke producties tailormade voor jongeren worden uitgeserveerd op social media platformen. NH heeft hierin grote stappen gezet en in de nieuwe Mediastrategie 2025 wordt hierop verder geborduurd. De specifieke doelgroep die NH hiermee wil bereiken wordt ook wel Identiteitsontdekkers (18-35 jaar) genoemd. Deze groep is een duidelijk gedefinieerde publieksgroep. De Mediaraad kijkt ernaar uit ook in 2025 bij te dragen aan het perfectioneren van het media-aanbod voor deze belangrijke doelgroep. De Mediaraad heeft verder uitgebreid stil gestaan bij de grote thema's in de provincie zoals geruchtmakende rechtszaken, de stormen, maar bijvoorbeeld ook het overlijden van Noord-Hollander Jan Cremer. De exercitie “wat scoorde goed en wat viel tegen” leidde tot constructieve discussie en waardevolle adviezen vanuit de Mediaraad en inzicht in de kracht van effectieve koppen van de items.

### 2.5.4 Samenwerking Mediaraad met NH Media

De Mediaraad kijkt terug op een constructieve samenwerking en is verheugd over de wijze waarop de door de Mediaraad aangegeven focuspunten Diversiteit & Inclusie en Jongeren opgepakt zijn door NH Media. We kijken uit naar de samenwerking op het Mediabeleid 2025.

## 2.6 Bereik verschillende distributiekkanalen

In 2024 slaagde NH Media er in om het crossmediale bereik goed op peil te houden. Het totale bereik onder Noord-Hollanders tussen de 18 en de 75 jaar op radio, tv en online was 68%, aldus het overkoepelende bereiksonderzoek van de Regionale Publieke Omroepen. Een fractie hoger dan het overall resultaat in 2023.

Crossmediaal jaarbereik	2022	2023	2024
Alle mediumtypes NH Media	68%	67%	68%

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

### 2.6.1 Online bereik

Er zit beweging in het online bereik. Met name onder de Noord-Hollanders die op dagelijkse of wekelijkse basis gebruik maken van de website en app, of NH ontmoeten en herkennen op diverse social media platformen. Beide gebruikersgroepen groeien met maar liefst 4%. En dat ondanks de wisselvallige relatie van diverse social mediabedrijven met (nieuws)uitgevers, zowel in hun nuttige rol als verkeersbron als in hun toepassing als aanvullende bereikspatformen.

Met het standaardiseren van de publicatiemomenten en het steeds verder specificeren van de verhalen in inhoud en vorm, heeft de redactie van NH een ritme en melodie te pakken die goed aansluiten bij de online behoefte van het Noord-Hollandse publiek.

Online bereik	2022	2023	2024
Gemiddeld per jaar	47%	48%	52%
Gemiddeld per week	30%	27%	32%
Gemiddeld per dag	18%	15%	20%

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

Binnen de specifieke opdracht die hen geboden wordt, behalen de regionale omroepen in Nederland dit jaar gemiddeld een online bereik van 59% op jaarbasis. De brede interesse in de online (nieuws)verhalen van de regionale omroepen benadrukt keer op keer het belang van blijvende innovatie en investeringen in kennis en technologie bij deze omroepen. Ondanks de geboekte progressie blijft het bereik van de online kanalen van NH Media achter bij het landelijke gemiddelde. De zeer hoge concentratie van mediabedrijven in Noord-Holland en de aanwezigheid van AT5 in de hoofdstad, spelen daarbij ongetwijfeld een rol. Een aardige kanttekening is 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.

Inzicht in mediabehoefte en -gedragingen van Noord-Hollanders speelt een cruciale rol bij de handhaving van de bereiksprestaties van NH Media binnen het online domein. Op de NH-redactie zorgen een data-analist en een dataredacteur voor voortdurende feedback aan de makers. Hierdoor ontstaat er een basisbewustzijn en groeit het instrumentarium van elke verslaggever en redacteur om de beste versie van zijn verhaal te publiceren.

Gemiddelde tijd online	RPO (gemiddeld)	NH - web, app en social	Verskil in %
2024	27 min. 12 sec.	32 min. 54 sec.	25,1%

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

Pageviews	2024	2023	Vershil in %
Paginavertoningen website en app	181,3 miljoen	168,6 miljoen	-7,0%*

Bron: Piano. Waarden in miljoenen pageviews.

\* De belangrijkste eigen nieuwsoutlets van NH: de website nhnieuws.nl en de NH nieuws-app kregen te maken met een afname van het aantal pageviews met -7,0%. Dit is echter niet het hele verhaal. NH had in 2024 bijna aaneengesloten te maken met meetproblemen binnen het analyse- en meetplatform Piano. Door het ontbreken van de juiste connectie met de app, en later in het jaar de onvolledige telling van het websiteverkeer, werden niet alle door onze bezoekers 'opgevraagde' pagina's goed geregistreerd. Naar schatting gaat het om minstens 10 miljoen pageviews die niet geregistreerd zijn, maar wel hebben plaatsgevonden.

## 2.6.2 Social media

Sociale media zoals Facebook, YouTube, Instagram, X en TikTok spelen een substantiële rol in de moderne nieuwsconsumptie en ons mediagebruik. Ze claimen een steeds groter deel van de tijd die voorheen was voorbehouden aan traditionele media. Social media fungeren ook als gids voor diezelfde traditionele media. Aansprekende fragmenten uit reguliere tv- en radioprogramma's worden door de 'makers' gedeeld op sociale mediaplatforms om het publiek naar de bijbehorende lineaire uitzendingen te leiden. Deze vorm van conversie past niet per se in het straatje van de gigantische sociale media-instituten. Elke seconde die volgens de beleidsmakers niet wordt doorgebracht op het social platform is een verloren seconde.

Bovendien steekt steeds vaker een ethische discussie de kop op waarin het oogluikend toestaan van misinformatie en oproerende berichten door X en het dis-continueren van de moderatie op Facebook zorgen voor groeiende aversie vanuit de journalistiek en media. 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 onder de doelgroepen die vooral sociale media gebruiken. Deze grilligheid van de algoritmen is ook terug te vinden in de sociale mediacijfers van NH. Bovendien ontstaat het gevaar te veel te vertrouwen op de digitale toestroom van bijvoorbeeld Facebook-gebruikers naar de NH-platforms als website en app.



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

Social media platform	2023	2024	2023 versus 2024
YouTube videoviews per maand	1.469.000	1.150.000	-22%
Facebook bereik per maand	4.134.000	1.621.000	-61%
Instagram bereik per maand	581.000	1.119.000	93%
TikTok impressies per maand	823.000	2.408.000	192%

Bron: Analysemodule per platform (META Business, YouTube Analytics, Fanpage Karma (TikTok)).  
 Waarden afgerond op duizendtallen.

### 2.6.3 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 (65%) en online (61%). Dat geldt ook voor het radiokanaal van NH. De nieuwe programmering die al in september 2023 van start ging, draaide in 2024 zo goed als onveranderd door. NH radio behaalde het afgelopen jaar een jaarbereik van 35%. Het landelijk gemiddelde jaarbereik van de regionale radiozenders is 42%.

Radio jaarbereik	2022	2023	2024
NH Radio	37%	34%	35%

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

Met behulp van het NMO Luisteronderzoek kunnen we wat verder op de bereikscijfers inzoomen. We constateren een toename van het bereik op weekbasis en een afname van het aandeel luistertijd (marktaandeel) van NH Radio in de provincie Noord-Holland. De toename van het weekbereik is mede toe te wijzen aan een aanpassing in het luisteronderzoek. Van 1 januari tot 1 oktober 2023 moest een respondent nog minstens 5 minuten aan een stuk door geluisterd hebben naar een zender om mee te tellen in het bereik. Vanaf 1 oktober 2023 was de zogenaamd luisterdrempel nog maar 1 minuut. Dat levert vanzelfsprekend meer 'positieve' registraties op en dus een hoger bereik voor elke zender.

NH radio	2023	2024	2024 versus 2023
<b>Marktaandeel</b> Noord-Hollanders van 10 of 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 7.00 en 19.00 uur.	3,9%	3,1%	-20,5%
<b>Weekbereik*</b> Noord-Hollanders van 10 of 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur	153.000	165.000	+7,8%
<b>Weekbereik*</b> Nederlanders van 10 of 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur	168.000	211.000	+25,6%

Bron: NMO-RAM Ipsos

\* Drempel luistertijd t/m 1 oktober 2023 is 5 minuten, vanaf 2 oktober 2023 is dat 1 minuut.

## 2.6.4 Televisiebereik

In 2024 keek de Nederlander gemiddeld 130 minuten per dag naar televisiezenders (2 uur en 10 minuten); in 2023 was dit 2 uur en 12 minuten. Dit jaar werd gemiddeld per dag 98 minuten live naar televisiezenders gekeken, terwijl dit in 2023 100 minuten per dag was. In 2022 was dat 108 minuten. Er werd in 2024 gemiddeld 31 minuten per dag uitgesteld gekeken. In 2023 was dit ook 31 minuten. In 2022 was dit 30 minuten.

2024 is overigens het eerste volledige jaar met kijkcijfers gebaseerd op het vernieuwde onderzoek dat in augustus 2023 werd gelanceerd. Naast verbeterde gebruiksvriendelijkheid en een groter panel werd hiermee de techniek van de meting verfijnder. Er werd in 2024 gemiddeld 31 minuten per dag uitgesteld gekeken. In 2023 was dit ook 31 minuten. In 2022 was dit 30 minuten.

Daarnaast is de definitie van het 'overig schermgebruik' (78 minuten) veranderd. In het vernieuwde kijkonderzoek wordt alle tijd die men voor het TV-scherm doorbrengt geregistreerd. Dit betreft het kijken naar lineair uitgezonden content die langer dan 6 dagen na uitzenddag is bekeken, het kijken naar previews, het schermgebruik via randapparaten zoals het bekijken van foto's of radio luisteren. Ook het online kijken naar videoplatforms zit in de categorie 'overig schermgebruik'. Door de andere definitie van 'overig schermgebruik' is het aandeel in 2024 t.o.v. 2023 toegenomen. Een deel hiervan wordt in de volgende fase van het kijkonderzoek in kaart gebracht als online videocontent.

Het tv-kanaal van NH behaalde in 2024 volgens het bereik- en waarderingsonderzoek van Motivaction een jaarberek van 56%. Het gemiddelde jaarberek van de tv-zenders van de regionale omroepen was in 2024 65%.

Televisie jaarberek	2022	2023	2024
NH televisie	58%	55%	56%

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

Voor de televisiezender van NH geldt dat het dagelijkse gebruik in Noord-Holland daalt maar dat er wel meer Noord-Hollanders de televisiezender bekijken op langere termijn. Dus een afname van het aantal frequente kijkers, maar wel een bredere bereiksbasis in het verzorgingsgebied.

NH televisie	2023	2024	2024 versus 2023
<b>Dagberek</b> Noord-Hollanders van 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur.	83.000	69.000	-16,9%
<b>Weekberek</b> Noord-Hollanders van 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur	302.000	298.000	-1,3%
<b>Maandberek</b> Noord-Hollanders van 13 jaar en ouder. Gemeten tussen 2.00 en 26.00 uur	655.000	731.000	11,6%

## 2.7 Technologische ontwikkeling en innovatie

### 2.7.1 Web/app

In 2024 hebben de ontwikkelteams van NH significante stappen gezet in de doorontwikkeling van het digitale platform. De werkzaamheden kunnen worden onderverdeeld in drie hoofdthema's die direct bijdragen aan de digitale strategie en ambities van NH.

- Groot onderhoud: platformupgrade naar Next.js: De migratie van React naar het Next.js-framework vormde een strategische keuze ter verbetering van de prestaties en functionaliteit van het platform. Dankzij Next.js profiteert NH van snellere laadtijden door server-side rendering (SSR), verbeterde zoekmachineoptimalisatie (SEO) en een efficiëntere ontwikkelomgeving. Deze upgrade heeft geresulteerd in een robuuster en toekomstbestendiger platform, dat zowel de gebruikerservaring optimaliseert als de schaalbaarheid en modernisering van het digitale landschap ondersteunt.
- Uitbreiding analytics-functionaliteiten: Ter versterking van de data gedreven werkwijze heeft NH het (RPO) datateam voorzien van aanvullende analytics-tools. Deze tools bieden diepgaandere inzichten in gebruikersgedrag en contentprestaties, waardoor NH beter kan inspelen op trends en ontwikkelingen. De verbeterde data-infrastructuur bevordert tevens samenwerking met andere regionale omroepen en draagt bij aan strategische besluitvorming rondom contentontwikkeling en distributie.
- Verbetering van toegankelijkheid en vindbaarheid: Naast reguliere updates en optimalisaties zijn in 2024 gerichte verbeteringen doorgevoerd op het gebied van SEO

en toegankelijkheid. Zo zijn automatische meta-tags toegevoegd en is de mobiele toegankelijkheid verder geoptimaliseerd. Deze aanpassingen dragen bij aan een verbeterde zichtbaarheid in zoekmachines en een gebruiksvriendelijkere ervaring voor een breed publiek.

Met deze technologische innovaties heeft NH haar digitale fundament versterkt, waarbij de nadruk ligt op performance, data-inzichten en inclusiviteit. Deze ontwikkelingen ondersteunen de organisatie in het verder realiseren van haar digitale ambities en maatschappelijke rol.

## 2.7.2 Artificial Intelligence

AI-implementatie bij NH Media in 2024: Focus op Verantwoorde Redactionele Ondersteuning. De integratie van AI binnen het CMS van NH Media speelt een cruciale rol in het omgaan met de constante factor van verandering en onzekerheid in het digitale domein. Door de modulaire en flexibele opzet van het CMS kunnen we snel inspelen op nieuwe technologische ontwikkelingen zonder dat het gehele systeem aangepast hoeft te worden.

In 2024 heeft NH Media aanzienlijke vooruitgang geboekt met deze integratie, met name door de (door)ontwikkeling van de ChatABC-tool in het CMS. Deze tool, uitgerust met meerdere AI-modellen en functionaliteiten, stelt redacteuren in staat om efficiënter informatie te verwerken, de redactiebot te raadplegen en feiten te controleren via Perplexity of gebruik te maken van de centrale prompt library. Dit laatste maakt kennis en functies schaalbaar over de gehele redactie vanuit het CMS. Een praktisch voorbeeld is de koppen suggestie functie die in de AB testen goed presteert.

AI wordt daarnaast ingezet om redactionele processen te ondersteunen door het automatiseren van routinematige taken, zoals het genereren van meta-beschrijvingen voor artikelen, alt teksten bij afbeeldingen en programmabeschrijvingen. Daarnaast helpt AI bij het automatisch categoriseren, beoordelen en valideren van content. Denk aan SEO advies en User Needs validatie.



De constante onzekerheid en ontwikkelingen rondom AI wordt binnen deze structuur beheersbaar gemaakt door een modulair, configurabel platform te bouwen. Dit stelt NH Media in staat om niet alleen te reageren op veranderingen, maar ook proactief in te spelen op nieuwe kansen.

Bij alle AI-implementaties staat verantwoord gebruik centraal. Redacteuren behouden altijd de eindcontrole over de content en zijn verantwoordelijk voor de nauwkeurigheid en objectiviteit van de berichtgeving. AI wordt gezien als een hulpmiddel om hun werk te ondersteunen, niet als een vervanging van hun expertise en journalistieke oordeel. Deze aanpak zorgt ervoor dat zowel de redactionele processen als de gebruikerservaring blijven evolueren in een dynamische markt, terwijl de hoogste journalistieke normen gehandhaafd blijven.

Ook is er gestart met experimenteren van het gebruik van CoPilot binnen de kantooromgeving, om zo te kijken of er afdelingen zijn (zoals bijvoorbeeld administratie) die kunnen profiteren van de geïntegreerde AI-assistent binnen de Microsoft omgeving.

### 2.7.3 IT en AV

NH Media is voornemens om over te stappen op Adobe als primair product voor montage. Om ervoor te zorgen dat de workflow hierop aansluit, is een verkenning gestart naar een geschikte 'beheerstool' voor het beheren van de verschillende workflows. Daarbij wordt zowel gekeken naar een upgrade van de huidige tool als naar mogelijke nieuwe softwaremodules. Dit deels samen met Omroep Flevoland en Omroep West. In 2025 wordt een definitieve keuze verwacht waarna een de planning gemaakt kan worden voor de migratie.

In 2024 is er met behulp van onze IT Partner veel aandacht geweest voor cybersecurity en awareness binnen de organisatie. Er is een pentest uitgevoerd en ook een eerste phishing campagne is uitgezet binnen de organisatie. Op basis daarvan is er vervolgens een 'NH Inspireert' sessie geweest om iedereen te informeren over hoe belangrijk awareness is.

Het begrip 'human firewall' is hierbij benadrukt. Vervolgens zijn er online trainingen geweest om zo de human firewall van NH Media te verbeteren en zijn er op intranet diverse filmpjes terug te vinden over dit onderwerp en ook hoe je bijvoorbeeld phishing e-mails kan herkennen. In 2025 zullen er weer nieuwe phishing campagnes gehouden worden, aangezien cybersecurity een zeer belangrijk onderwerp is voor NH Media. Ook is er in 2024 bedrijfsbreed een nieuwe wachtwoordmanagement tool uitgerold, deze is voor medewerkers zelf binnen hun eigen gezin ook te gebruiken.

## 2.8 Samenwerkingen in technologie

### 2.8.1 Het interactiefplatform

Het interactiefplatform dat NH eerder had uitgedacht ([JouwNH](#)) en waarvan het onderdeel 'marktplaats' in 2024 succesvol heeft gedraaid (vanuit de NH Helpt redactie) is door alle RPMI's omarmt. Dit betekent dat verdere ontwikkeling en de reeds gebouwde functionaliteiten beschikbaar gaan komen voor alle RPMI's. Dit gaat in 2025 onder leiding van GROEI en met NH Media als pilotomroep verder uitgerold en doorontwikkeld worden naar de verschillende omroepen die in 2025 willen aanhaken. Hierbij wordt gebruikt gemaakt van de WAU subsidie.



## 2.8.2 Verkenning samenwerking RTV Utrecht

De technische afdelingen van NH en RTV Utrecht hebben in 2024 op eigen initiatief 2 keer samengezeten om te kijken op welke vlakken de 2 bedrijven zouden kunnen samenwerken. Gebleken is dat er zeker laaghangend fruit is waarbij ook al meteen de eerste stappen zijn gezet. Daarnaast heeft dit aanleiding gegeven om in 2025 verder te kijken hoe de twee organisaties intensiever kunnen gaan samenwerken.

## 2.8.3 Web/app

In 2024 is er (wederom) op gesproken over 1 web/app omgeving voor alle RPMI's, hier bleek al snel uit dat dit niet alleen om het zogenaamde front-end (website en app) moet gaan, maar ook andere zaken zoals het CMS (Content Management Systeem) waarin de redactie de verhalen maakt een belangrijk onderdeel is in deze ietwat lastige discussie. Het belang van samenwerken wordt ook hier door NH onderschreven. Of dit met alle 13 is of wellicht tussen enkele omroepen samen zal in 2025 verder uitgezocht worden.

## 2.9 Merkidentiteit

### 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 de pay-off 'NH, Thuis in heel Noord-Holland' geïntroduceerd. In 2024 is de toepassing van de nieuwe identiteit in alle uitingen op alle kanalen vervolmaakt.



### 2.9.2 De nieuwe radioprogrammering centraal in de campagne

Voor het eerst in lange tijd voerde NH Media in 2024 weer een grootschalige publiekscampagne met behulp van outdoor media. Van maandag 26 februari t/m 10 maart konden Noord-Hollanders op meer dan 1.000 outdoor locaties, waaronder digitale snelwegmasten, abri's en A0-frames, kennismaken met de radiopresentatoren van NH en de nieuwe radioprogrammering die in september 2023 werd gelanceerd.

De campagne werd breed ondersteund via social media, nieuwsplatforms, e-mailbanners en een interne postercampagne.

De campagne sloot nauw aan bij de slogan 'Thuis in heel Noord-Holland'. Bekende NH-radiopresentatoren werden geportretteerd met hun microfoon in herkenbare thuissituaties, zoals een hectische gezinsochtend of een lunchtafel vol senioren. Hiermee werd visueel bewezen dat NH Radio écht thuis is in heel Noord-Holland. De campagne had als primaire doel het vergroten van de naamsbekendheid van NH Radio. Secundaire doelstellingen waren het versterken van de band met de radiopresentatoren en hun programma's, en het laden van de merkeloofte in een visueel sterke campagne.

Naast de grootschalige radiocampagne heeft NH Media in 2024 het hele jaar door de zichtbaarheid vergroot met een continue stroom aan activiteiten en media-aandacht. Via persberichten, social media en eigen kanalen en events werd een breed publiek bereikt. NH was 'always on'. Enkele hoogtepunten uit het jaar:

- **Speciale thema-uitzendingen en podcasts**
  - 'Luister en praat mee' – speciale slaapuitzending op NH Radio
  - Podcast 'Jelmer wil slapen' over slapeloosheid
  - NH-podcast 'De Egmondse vluchtelingenboot' genomineerd voor een Dutch Podcast Award
  - Historische podcast-route door Hilversum
  - Podcast over Hilversum tijdens de oorlog: grootschalige media-aandacht
- **Bijzondere documentaires en tv-series**
  - 'De tijd zal het leren' – zoektocht naar de vermiste viskopper TX26
  - 'Vliegpijonieren' – driedelige docu over de eerste verre vlucht vanaf Schiphol
  - 'Over het Noordhollandsch Kanaal' – nieuwe tv-serie
  - 'Hakim Ontmoet' – verhalen uit de regio
  - 'The Beatles & het wonder van Blokker' – een unieke documentaire
- **Evenementen en interactieve campagnes**
  - Zomertoer – 10 dagen lang door Noord-Holland, met ontmoetingen, muziek en lokale verhalen
  - De Grote A7-race – live verslag van de race per auto, fiets en OV tussen Hoorn en Amsterdam
  - Regio Songfestival – crossmediale campagne op social media, LinkedIn en NH-kanalen



- o De Top 100 van Noord-Holland – Hemelvaartsdag in het teken van de beste Noord-Hollandse muziek
- o NH verplaatst de redactie naar IJmuiden – in de wijk, bij de mensen



Door deze continue zichtbaarheid en de inzet van crossmediale campagnes wist NH Media een breed publiek te bereiken en de betrokkenheid van Noord-Hollanders bij regionale journalistiek en cultuur te versterken.

### 2.9.3 Ontwikkeling in naamsbekendheid

NH, de publieksnaam van NH Media, kende in 2024 een bijzonder hoge naamsbekendheid onder Noord-Hollanders van 18 tot en met 75 jaar. Maar liefst 79% van de ondervraagden in het 'Onderzoek Regionale Omroepen' van onderzoeksbureau Motivaction wist de naam van het publieke regionale mediabedrijf van Noord-Holland 'ongeholpen' te noemen. Dat is een score waar veel mediamerken in Nederland jaloers op zullen zijn.

Er moet echter ook een kanttekening worden geplaatst. De gemiddelde naamsbekendheid van de overige regionale omroepen in hun verzorgingsgebied is 93%. Mogelijke oorzaken voor de relatief lagere score van NH zijn onder andere de verzadiging van (nieuws)media in de Randstad, de sterke aanwezigheid van internationale streamingdiensten en social media, en het ontbreken van een universele Noord-Hollandse cultuur. Bovendien concurreren veel media om dezelfde aandacht in een regio die al rijk is aan nieuwsaanbieders.

Ondanks de continue inzet van marketing en communicatie om het NH-merk sterker te positioneren, daalde de naamsbekendheid in 2024 met drie procentpunten van 82% naar 79%. Externe factoren speelden hierin een grote rol, en het blijft een uitdaging om in het dynamische medialandschap de gemiddelde score van de regionale omroepen te evenaren.

Naamsbekendheid NH	2022	2023	2024
NH in verzorgingsgebied	80%	82%	79%

Bron: Motivaction/RPO – Onderzoek Regionale Omroepen.

## 2.10 NH Media Sales en Regio Impact

### 2.10.1 Algemeen

2024 was voor ons verkoopteam een uitdagend jaar. Na drie jaar van groei moesten we helaas een omzetsdaling incasseren. Adverteerders waren voorzichtig, en personeelstekorten bij bedrijven leidden tot een terughoudende inzet van reclamecampagnes.



Sinds 1 januari 2024 verzorgt Ster (Stichting Ether Reclame) de nationale reclameverkoop op dertien regionale radio- en televisiezenders, waarmee zij de activiteiten van ORN overnam. ORN fungeerde sinds 1992 als landelijke verkooporganisatie voor regionale omroepen. Ook AT5 werd toegevoegd aan het portfolio van Ster. De landelijke NH-omzet via Ster daalde in 2024 met circa 18% ten opzichte van 2023, vooral door de impact van het in 2023 geïntroduceerde luisteronderzoek NMO.

Voor de online advertentiemarkt vervult Opt Out Advertising een vergelijkbare rol. Sinds maart 2023 doen zij dit bovendien op een privacy vriendelijke manier, zonder cookies. De online NH-omzet daalde met circa 15% ten opzichte van 2023. Dit kwam onder meer doordat online kansspeladverteerders, een belangrijke inkomstenbron, hun budgetten onverwachts terugschroefden. AT5 besloot in 2024 om deze reden uit het cookieless verkoopcollectief te stappen. In tegenstelling tot voorgaande jaren kon ons eigen verkoopteam de landelijke daling niet compenseren, wat resulteerde in een omzetafname.

### 2.10.2 Regio Impact

Midden 2023 werd de salessamenwerking 'FUNHA' (Omroep Flevoland, RTV Utrecht, NH en AT5) omgedoopt tot 'Regio Impact' en in een structurele vorm gegoten. Hierdoor konden in 2024 belangrijke stappen worden gezet, zoals de introductie van een gezamenlijk CRM-systeem en uniforme werkprocessen. In het najaar werd de gezamenlijke reclamesite [regioimpact.nl](https://regioimpact.nl) gelanceerd. De nieuwe samenwerking stelt ons in staat om klanten beter te bedienen en gericht campagnes aan te bieden binnen een bredere regio. Met vertrouwen kijken we uit naar 2025, waarin Regio Impact zich verder zal ontwikkelen.

## regioimpact



### 2.11 Human Resources en Medezeggenschap

#### 2.11.1 Personeel en organisatie

Het totale personeelsbestand bleef in 2024 nagenoeg gelijk op 151 medewerkers (138,41 FTE). Van hen heeft 85% (129 medewerkers) een contract voor onbepaalde tijd. Daarnaast boden we 10 stagiaires een leerzame werkplek en werd er één werkervaringsplaats gecreëerd via het AWO-fonds. Het ziekteverzuim steeg licht naar 5,1%. Deze stijging werd grotendeels veroorzaakt door enkele langdurige, niet-werk gerelateerde ziektegevallen.

Binnen NH Media zijn sinds 2022 twee interne vertrouwenspersonen actief, die medewerkers ondersteunen en hun bevindingen geanonimiseerd bespreken met het management. In 2024 werd een nieuwe externe vertrouwenspersoon benoemd. Deze persoon speelt een rol in de implementatie van de gedragscode en klachtenregeling, die eind 2024 werd geformaliseerd. Positief is dat er ook dit jaar geen meldingen van grensoverschrijdend gedrag binnen de organisatie bekend zijn.

### **2.11.2 Ondernemingsraad en overlegmomenten**

De Ondernemingsraad (OR) en de bestuurder hadden vijf maal een overlegvergadering in 2024: 22 januari, 18 maart, 13 mei, 1 oktober en 18 november. Daarnaast vond op 1 oktober een strategiebijeenkomst plaats rond de nieuwe mediastrategie. De besprekingen hadden een voornamelijk informatief karakter, met thema's als het RPO Concessie Beleidsplan, de transformatie binnen NH Media en de komst van streekomroepen. Binnen de OR vonden drie personele wisselingen plaats. De bij NH vertrekkende voorzitter droeg zijn taken over aan vicevoorzitter Okke Enzler.

### **2.11.3 Advies- en instemmingstrajecten**

#### **Integriteitsregeling**

Om een eenduidig kader voor integriteit te creëren, is ervoor gekozen de integriteitsregeling RPO-breed op te stellen. De OR van NH Media stemde in oktober 2024 in met deze regeling.

#### **Gedragscode en klachtenregeling**

NH Media hecht groot belang aan integer handelen, zowel binnen de organisatie als in de samenwerking met externe partijen. De gedragscode en klachtenregeling, die RPO-breed zijn vastgesteld, helpen een veilige werkomgeving te waarborgen en ongewenst gedrag tegen te gaan. De OR keurde de regeling goed op 16 oktober 2024. Om de bekendheid ervan te vergroten, worden begin 2025 workshops georganiseerd.

### **2.11.4 HR en de nieuwe mediastrategie**

NH Media bereidt zich voor op een publieksgroep gerichte werkwijze binnen de nieuwe mediastrategie 2025. Dit vraagt om aanvullende competenties bij sommige medewerkers. HR speelt hierin een centrale rol door begeleiding en gerichte opleidingstrajecten aan te bieden. Het HR-beleidsplan 2025 zal grotendeels in het teken staan van deze transitie.

### **2.11.6 Goed werkgeverschap, diversiteit en inclusiviteit**

In het Concessie Beleidsplan 2022-2025 is vastgelegd dat de regionale publieke omroepen zich inzetten voor diversiteit en talentontwikkeling. Dit gebeurt onder andere door zij-instromers met een diverse achtergrond aan te trekken en gezamenlijk op te leiden. Gezien de krappe arbeidsmarkt is dit van strategisch belang voor de continuïteit van de organisatie.

Vier keer per jaar overleggen de 13 hoofden P&O van de regionale omroepen over gezamenlijke HR-thema's. Een recent opgesteld visiestuk over Goed Werkgeverschap heeft geleid tot verdere uitwerking van de volgende speerpunten binnen NH Media:

- Sociale veiligheid
- Diversiteit en inclusie
- Generatiemanagement
- Feedbackcultuur (wordt geïmplementeerd binnen de nieuwe mediastrategie)
- Fysiek en mentaal welzijn

Om deze thema's te ondersteunen, hanteert NH Media instrumenten zoals:

- Klachtenregeling
- Klokkeluidersregeling
- Interne en externe vertrouwenspersonen
- Gedragscode

Met deze initiatieven blijft NH Media zich inzetten voor een veilige, inclusieve en toekomstbestendige werkomgeving.

## 2.12 Duurzaamheid en faciliteiten

NH Media is gevestigd in het M Gebouw, een moderne, energiezuinige (Label B) werkomgeving die actief bijdraagt aan duurzaamheid. Het gebouw werd in 2018 grondig gerenoveerd met milieuvriendelijke materialen en energiezuinige installaties. NH Media, samen met de andere huurders van het gebouw, blijft zich inzetten voor verdere verduurzaming en efficiënt gebruik van energie en faciliteiten.

### 2.12.1 Energieverbruik en duurzame maatregelen

Het M Gebouw maakt uitsluitend gebruik van stroom die wordt opgewekt door windenergie en beschikt over energiebesparende maatregelen zoals automatische verlichting met bewegingssensoren, efficiënte verwarming en een energiezuinig klimaatbeheersingssysteem. Er wordt ook onderzocht of er mogelijkheden zijn om deel te nemen aan een collectief initiatief voor zonne-energie in de regio, om het gebouw verder te verduurzamen.



### 2.12.2 Afvalbeheer en recycling

Daarnaast speelt afvalbeheer een cruciale rol in de verduurzaming van het M Gebouw. Er wordt gebruik gemaakt van een speciale afval ophaalservice waarbij per huurder de hoeveelheid afval gewogen wordt, wat inzicht biedt en huurders stimuleert bewuster met afval om te gaan en afvalstromen beter te scheiden. In de keuken wordt restafval duurzaam verwerkt, met als doel verspilling te minimaliseren.

### 2.12.3 Duurzame catering

De catering binnen het M Gebouw draagt actief bij aan een duurzame voedselvoorziening. Waar mogelijk worden groente- en fruitrestanten hergebruikt voor soepen en smoothies. De focus ligt op regionale, gezonde en duurzame voeding, waarbij plantaardige en biologische producten de standaard vormen. Dierlijke producten worden enkel aangeboden als ze voorzien zijn van een duurzaamheidskeurmerk. Er wordt tevens onderzocht of samenwerking met initiatieven zoals 'Too Good To Go' mogelijk is om voedselverspilling verder te reduceren.

### 2.12.4 Biodiversiteit en groene werkplek

De buitenruimte rondom het M Gebouw is ingericht als bio diverse omgeving, met een zogenaamd 'tiny forest' dat bijdraagt aan een groene en gezonde werkplek. Dit biedt niet alleen een prettige werkomgeving, maar ook educatieve mogelijkheden. In samenwerking met IVN Natuureducatie worden jaarlijks schoolklassen uitgenodigd voor een educatief natuurprogramma bij het M Gebouw. Bovendien staan er bijenkasten op het terrein die bijdragen aan de lokale productie van honing.

### 2.12.5 Samenwerking binnen de sector

Het M Gebouw is tevens onderdeel van Media Groen, een collectief van mediaorganisaties die zich richt op verduurzaming binnen de media-industrie. Door deze samenwerking draagt NH Media bij aan de vergroening van de sector.

## 2.13 Mobiliteit

Mobiliteit is een essentieel onderdeel van de dagelijkse bedrijfsvoering van NH Media. Niet alleen voor het woon-werkverkeer van medewerkers, maar ook voor verslaggeving en producties op locatie. In 2024 heeft NH Media, samen met Breikers, een uitgebreid traject doorlopen om te komen tot een vernieuwd mobiliteitsbeleid dat flexibiliteit, duurzaamheid en vitaliteit ondersteunt.

### 2.13.1 Flexibel en duurzaam Reizen

Het uitgangspunt van dit beleid is dat medewerkers dagelijks kunnen kiezen óf en hoe zij reizen, op een manier die past bij hun werkafspraken, persoonlijke situatie en levensfase. Dit flexibele beleid biedt medewerkers de mogelijkheid om optimaal gebruik te maken van verschillende vervoersmiddelen en stimuleert duurzame keuzes, zonder dat dit verplicht is.



### 2.13.2 Faciliteiten voor duurzame mobiliteit

Om duurzaam en vitaal reisgedrag te bevorderen, biedt NH Media diverse faciliteiten:

- Volledige vergoeding van openbaar vervoer (trein, tram, bus en metro) voor woon-werkverkeer en zakelijke dienstreizen.
- Deelauto's en elektrische productievoertuigen voor verslaggeving en producties op locatie.
- Fiets regeling medewerkers kunnen een fiets/e-bike aanschaffen met een bijdrage en deze vergoeden via vakantie-uren, indien deze voor woon-werkverkeer wordt gebruikt.

- Laadvoorzieningen voor zowel elektrische auto's als e-bikes in de parkeergarage van het M Gebouw.

### 2.13.3 Duurzame pendelopties

Het M Gebouw beschikt ook over twee elektrische pendelbusjes, die medewerkers op een duurzame manier van en naar het station vervoeren. Voor korte ritten binnen de omgeving zijn er tevens leenfietsen beschikbaar.

### 2.13.4 Stimulering en Toekomstige Ontwikkelingen

NH Media wil medewerkers niet verplichten tot duurzame keuzes, maar wel positief stimuleren door middel van bewustwording en kleine beloningen voor vitale en groene keuzes. In 2025 wordt het mobiliteitsbeleid verder verfijnd en geïmplementeerd, in samenwerking met een nieuwe leasepartner die via een aanbestedingstraject in 2024 is geselecteerd. Met deze initiatieven draagt NH Media actief bij aan een duurzamere en gezondere werk- en reisomgeving, waarbij medewerkers maximale flexibiliteit behouden.

## 2.14 Risicomanagement

### 2.14.1 Algemeen

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 middelen ook van NH Media verwacht, anderzijds wil NH Media vanuit een intrinsieke motivatie 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.



### 2.14.2 Integrale en Gestructureerde Aanpak

Centraal in het risicomanagement staat het integrale, maar ook passende karakter. Hierdoor worden risico's en beheersmaatregelen niet meer willekeurig en ad-hoc, maar op een gestructureerde wijze geïdentificeerd en beheerst. Het vertrekpunt is een gedefinieerde risicobereidheid op de volgende risicocategorieën:

- Kernactiviteiten
- Interne organisatie
- Financiën
- 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.

### 2.14.3 Balans tussen doelstellingen en risico's

NH Media is van mening dat het nemen van bepaalde risico's inherent is aan het speelveld waarin zij zich als regionale omroep begeeft. Om de kansen op het behalen van strategische doelstellingen te vergroten, worden bewuste afwegingen gemaakt tussen de doelstellingen en de risico's die NH Media bereid is te nemen.

Een duidelijk en pragmatisch risicomanagementsysteem helpt bij het aantoonbaar maken van afwegingen en keuzes op zowel strategisch als operationeel niveau binnen de organisatie.

### 2.14.4 Verantwoordelijkheden en Governance

De directie is verantwoordelijk voor het realiseren van de strategische doelstellingen en de beheersing van strategische risico's. Strategisch 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 risicocategorieën (kernactiviteiten, interne organisatie, financiën en leren & groei) zijn de strategische risico's beschreven.

Elk risico is voorzien van:

- Een individuele risicobereidheid
- De beheersmaatregelen
- De verantwoordelijke MT-leden

#### 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:

- Regiojournalisten
- Samenwerkingen met lokale omroepen
- Eén centrale redactie die de verbindende factor vormt tussen deze componenten

Onze verhalen zijn leidend, niet onze mediakanalen. NH Media is een 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 sociale media.

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

## Interne Organisatie

Op basis van een hybride strategie is de organisatie efficiënt en wendbaar ingericht. Het management stimuleert ondernemerschap, stuurt op resultaat en borgt passend werkgeverschap binnen een juiste organisatiecultuur.

Onze belangrijkste werkwijzen en processen zijn gedegen ingericht en vastgelegd, met voldoende ruimte voor het creatieve proces. Daarnaast voldoen wij aantoonbaar aan relevante wet- en regelgeving en doen hierop geen concessies.

De organisatie van NH Media garandeert de onafhankelijkheid van het media-aanbod door middel van:

- Een redactiestatuut
- Een mediastatuut
- Geïntegreerde redacties die alle aanbodkanalen van de omroep bedienen

Daarnaast is NH Media een alerte organisatie die is toegerust voor de uitvoering van de calamiteitentaak.

**Risicobereidheid:** Onze interne organisatie valt tot zekere hoogte binnen onze eigen invloedssfeer. Een balans tussen risico's nemen en controle houden is belangrijk. Onze risicobereidheid is defensief. Daarnaast vinden wij het als regionale omroep belangrijk om een groter lerend vermogen te ontwikkelen en wendbaarder te worden als organisatie.

## 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
- Rechtmatige en doelmatige besteding van middelen

NH Media beschikt over voldoende verdienvermogen, houdt kosten laag en stuurt continu bij door middel van forecasting. Hoewel publieke middelen financiële zekerheid en continuïteit bieden, zijn er risico's zoals:

- Oplopende inflatie
- Lagere subsidie-inkomsten door politieke verschuivingen
- Teruglopende reclamebatens

Deze ontwikkelingen kunnen ertoe leiden dat financiële posities en de basisvoorzieningen van omroepen onder druk komen te staan.

**Risicobereidheid:** Over de breedte genomen hanteren wij een defensieve risicobereidheid op financieel vlak. Als regionale omroep werken we met overheidsgeld, waar we zuinig op zijn. Risico's aan de inkomstenkant zijn er altijd en niet altijd beïnvloedbaar, maar risico's aan de uitgavenkant willen we zoveel mogelijk beperken en vermijden. Dit vraagt om:

- Efficiëntie
- Transparantie
- Periodieke controles op de beheersing van financiële processen

## 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
- Een continue cyclus van leren, reflecteren en acteren
- Kritische benadering van het thema en het durven aanspreken van elkaar

NH Media werft en behoudt talent vanuit de overtuiging dat dit bijdraagt aan een grotere diversiteit aan medewerkers. Gezien de krapte op de arbeidsmarkt is dit strategisch belangrijk voor de personele continuïteit van de omroep.

**Risicobereidheid:** Door de 'war on talent' en de krappe arbeidsmarkt zal NH Media de komende jaren meer risico's lopen in deze categorie. We willen dit risico zoveel mogelijk beperken, omdat het grote gevolgen kan hebben voor de continuïteit van de bedrijfsvoering. Onze risicobereidheid is daarom defensief.

## Risicomangementcyclus NH Media

NH Media hanteert een gestructureerde risicomangementcyclus om strategische risico's en beheersmaatregelen effectief te monitoren en bij te sturen.

### 1. Herijken strategische risico's

- Jaarlijks worden de strategische risico's en maatregelen geëvalueerd in het MT.

### 2. Vaststellen strategische risico's en risicobereidheid

- De strategische risico's en maatregelen worden jaarlijks vastgesteld door de directie.
- De risicobereidheid per risicocategorie (dienstverlening, leren en groei, interne organisatie, financiën) wordt jaarlijks bepaald in het MT.
- De risicobereidheid wordt jaarlijks vastgesteld door de directie en de RvT.

### 3. Monitoren van risico's en maatregelen

- Maatregelen en acties worden uitgevoerd door de eigenaren.
- Elk kwartaal bespreekt de Manager Finance & Operations samen met de eigenaren de status van de maatregelen. De resultaten worden vastgelegd in de Risico Control Matrix (Excel).
- Op basis van deze gesprekken rapporteert de Manager Finance & Operations de status van beheersing aan het MT.
- Twee keer per jaar wordt de RvT geïnformeerd over de status van het risicomangement.

### 4. Bijsturen

- Bijsturing vindt continu plaats, zowel tijdens de uitvoering van dagelijkse werkzaamheden als bij het bespreken van het monitoringsdashboard.
- De Manager Finance & Operations bewaakt het overzicht.



## 2.15 Financiële informatie

- De exploitatierekening 2024 sluit met een negatief saldo uit gewone bedrijfsuitoefening van € 83.545.
- 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 2024 stijgen naar een totaalbedrag van € 18.986.283 (2023 € 18.931.953). 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 2024 worden grotendeels veroorzaakt doordat er in 2023 nagekomen eenmalige kosten gerelateerd aan de verhuizing van eind 2022 zijn verantwoord en doordat er in 2024 minder freelance inhuur en uitbesteed werk aan bedrijven heeft plaatsgevonden.
- De liquiditeitspositie is dit jaar met € 309.573 gestegen naar een saldo per einde jaar van € 2.269.717. NH Media had in 2024 een bovengemiddeld gezonde solvabiliteit van 63%.

Hieronder een korte recapitulatie van de exploitatierekening met toelichting:

		<b>Realisatie 2024</b>	<b>Realisatie 2023</b>
OCW-bijdrage	1	17.511.712	16.932.346
Overige subsidies	2	-	184.971
Reclame baten	3	998.304	1.206.204
Overige bedrijfsopbrengsten	4	476.267	608.432
<b>Som der bedrijfsopbrengsten</b>		<b>18.986.283</b>	<b>18.931.953</b>
Personeelskosten	5	11.931.243	11.448.620
Overige algemene kosten	6	7.160.391	7.909.400
<b>Som der bedrijfslasten</b>		<b>19.091.634</b>	<b>19.358.019</b>
<b>BEDRIJFSRESULTAAT</b>		<b>-105.352</b>	<b>-426.066</b>
Financiële baten en lasten	7	21.806	9.869
<b>Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening</b>		<b>-83.545</b>	<b>-416.197</b>
Verschuldigde surplus reserve media-aand		-	-
<b>EXPLOITATIERESULTAAT na overdracht en belastingen</b>		<b>-83.545</b>	<b>-416.197</b>
<b>KENGETALLEN</b>			
Solvabiliteit (eigenvermogen : totaal vermogen)		63%	62%
Liquiditeit (vlottende activa : vlottende passiva)		1,9	1,7

- Ad 1.

In 2024 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. Op 4 april 2024 is deze subsidie definitief vastgesteld door ministerie van OCW.

- Ad 3.

De reclamebaten zijn in 2024 gedaald naar een niveau van € 998.304. Dit wordt enerzijds veroorzaakt door een daling van de regionale omzet (eigen verkoop) van circa 20% en anderzijds de daling van de landelijke omzet (13%).

- Ad 4.

Onder de overige bedrijfsopbrengsten vallen onder andere de opbrengsten voor sponsorbijdrage, opbrengsten beeld- en geluidsmateriaal en de vergoeding welke NH Media ontvangt voor het verzorgen van de reclameverkoop voor de Stichting Publieke Omroep Amsterdam. De daling van de overige bedrijfsopbrengsten in 2024 wordt grotendeels veroorzaakt door een lagere reclame verkoop vergoeding vanuit Publieke Omroep Amsterdam door de daling van de reclameverkoop voor AT5 en door de overstap van POA naar een andere partij voor de landelijke online verkoop.

- Ad 5.

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

- Ad 6.

De daling van de overige algemene kosten wordt grotendeels veroorzaakt door eenmalige extra kosten in 2023 voor opslag van het digitale beeld en geluid bij een externe partij, door een eenmalige vergoeding in 2024 vanuit de RPO voor het ontwikkelen van een online interactief platform, daling freelance kosten als gevolg van kritisch kijken naar deze inhuur (en waar mogelijk is de inzet beperkt en zijn werkzaamheden door eigen personeel uitgevoerd), in 2023 zijn nagekomen eenmalige kosten gerelateerd aan de verhuizing van eind 2022 verantwoord en tenslotte is er in 2024 minder gebruik gemaakt van inhuur op basis van interim op de afdelingen HRM en Finance.

- Ad 7.

Ten opzichte van 2023 is het gemiddelde banksaldo gestegen en daarnaast is in 2024 het rentepercentage over de tegoeden gestegen.

In 2024 was een negatief resultaat begroot van €150.000 zijnde de uitloop van de gedane investeringen van de verhuizing eind 2022. Door incidentele meeropbrengsten en kostenbeheersing is het exploitatieresultaat 2024 beter dan begroot. Voor 2025 wordt als exploitatieresultaat gewoon weer de nullijn aangehouden.

## 2.16 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 aangiftebiljet te verstrekken over de jaren 2017 en 2018. En omdat de situatie in 2019 tot en met 2024 ongewijzigd is, zijn wij van mening dat dit ook voor deze jaren van toepassing is.

Ook naar aanleiding van de fluctuaties in de resultaten vóór en ná de verhuizing heeft de belastingdienst geen aanleiding gezien ons te verzoeken VpB-aangifte te doen.

## 2.17 Toekomst

### 2.17.1 De nieuwe concessie 2026-2030

Met het vaststellen van het Concessiebeleidsplan 2026-2030 hebben de RPO en de 13 RMI's de koers bepaald voor de komende concessieperiode. De hoofdpunten uit dit beleidsplan vormen belangrijke uitgangspunten voor het beleid van NH Media.

- **Maatschappelijke rol en journalistieke verantwoordelijkheid**  
De regionale publieke omroepen dragen bij aan sociale cohesie, onderling respect en een constructief publiek debat door onafhankelijke en betrouwbare journalistiek.
- **Digitale transformatie en contentstrategie**  
De focus verschuift steeds verder van traditionele media (radio en tv) naar online en sociale mediaplatforms. Investerings in data-analyse, AI en gepersonaliseerde journalistiek helpen om de diverse doelgroepen, en met name jongeren, effectiever te bereiken.
- **Samenwerking en efficiëntie**  
De samenwerking tussen regionale omroepen en partijen als NOS en NLPO wordt versterkt via Bureau Regio en Bureau Lokaal. Tegelijkertijd blijft de redactionele onafhankelijkheid gewaarborgd.
- **Diversiteit, inclusie en maatschappelijke relevantie**  
De redacties moeten een afspiegeling van de samenleving vormen. Dit vraagt om een bredere toegankelijkheid van nieuws, onder meer door meertalige berichtgeving en aandacht voor ondervertegenwoordigde groepen.
- **Financiering en duurzaamheid**  
De financiering blijft grotendeels afhankelijk van rijksbijdragen en reclame-inkomsten. Tegelijkertijd worden extra middelen ingezet voor digitalisering en innovatie. Daarnaast ligt er een focus op duurzaamheid en energie-efficiëntie.

### 2.17.2 De nieuwe NH Mediastrategie

NH Media wil inwoners van Noord-Holland een stem geven en zowel problemen als oplossingen belichten. Om dit op een toekomstbestendige manier te doen en een breder en diverser publiek te bereiken, is een nieuwe mediastrategie gedefinieerd. De belangrijkste pijlers:

- Het behouden van het oudere publiek en tegelijkertijd jongere en cultureel diverse doelgroepen aanspreken.
- Beter inspelen op de behoeften van het publiek qua onderwerp, platform en vorm.
- Een kwaliteitsimpuls in zowel journalistieke als audiovisuele producties.

Wij richten ons op drie doelgroepen:

- Identiteitsontdekkers (18-35 jaar) – Actief op via TikTok, YouTube, Instagram en podcasts.
- Betrokken Lokalen (35-55 jaar) – Geïnformeerd via websites, apps, Instagram en Facebook.
- Traditioneel Gesettelden (55+ jaar) – Volgt nieuws via radio, televisie, websites en Facebook.

De implementatie van deze mediastrategie start in 2025 en loopt door in 2026.

### 2.17.3 Human Capital in transitie

De veranderingen binnen het Concessiebeleidsplan en de nieuwe mediastrategie vragen veel van onze medewerkers. NH Media zet zich daarom in om hen optimaal te begeleiden en te ondersteunen. Dit gebeurt via:

- Opleidingen en trainingen binnen de RPO
- Coaching en intervisie
- Maatwerktrajecten voor specifieke functies

### 2.17.4 Financiële toekomst

Met een stabiele solvabiliteit van 63% heeft NH Media een solide basis om de komende veranderingen te realiseren. In de meerjarenbegroting 2025-2029 is rekening gehouden met de effecten van de mediastrategie, de verduurzaming van WaU-gesubsidieerde projecten en de kosten van de digitale transformatie, inclusief programma-management en uitbreiding van opleidingsfaciliteiten.

Hilversum, 17 april 2025

---

David Vink  
Bestuurder/Algemeen Directeur NH Media

### 3. Model IX: Verklaring governance en interne beheersing

Teneinde de jaarrekening zinvol 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: 2024

Hilversum, 17 april 2025

Hierbij verklaart het bestuur dat regionale media-instelling Stichting RTV NH in 2024, 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 2024

### 5.1 Balans per 31 december (Model I)

Na verwerking resultaatbestemming		<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
<b>ACTIVA</b>			
<b>Materiële vaste activa</b>	5.5.1		
Bedrijfsgebouwen en - terreinen		862.771	970.979
Inventaris en inrichting		1.293.124	1.682.465
		<u>2.155.895</u>	<u>2.653.444</u>
<b>Financiële vaste activa</b>	5.5.2		
Deelnemingen		15.000	15.000
		<u>15.000</u>	<u>15.000</u>
<b>Vorderingen</b>	5.5.3		
Handelsdebiteuren		647.940	466.868
Deelnemingen		52.874	68.506
Overige vorderingen		26.636	132.799
Overlopende activa		1.834.345	1.906.726
		<u>2.561.795</u>	<u>2.574.899</u>
<b>Liquide middelen</b>	5.5.4	<b>2.269.717</b>	<b>1.960.144</b>
		<u>7.002.406</u>	<u>7.203.486</u>
<b>PASSIVA</b>			
<b>Eigen vermogen</b>	5.5.5		
Algemene reserve		3.503.467	3.503.467
Reserve voor de media-aanbod		878.390	961.936
		<u>4.381.857</u>	<u>4.465.403</u>
<b>Voorzieningen</b>	5.5.6		
Overige		134.134	115.790
		<u>134.134</u>	<u>115.790</u>
<b>Kortlopende schulden</b>	5.5.7		
Schulden aan leveranciers		624.187	841.547
Belastingen en premies sociale verzekeringen		670.800	617.168
Overige schulden		701.285	569.967
Overlopende passiva		490.142	593.612
		<u>2.486.414</u>	<u>2.622.294</u>
		<u>7.002.405</u>	<u>7.203.486</u>
<b>KENGETALLEN</b>			
		<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Solvabiliteit (eigen vermogen : totaal vermogen)		63%	62%
Liquiditeit (vlottende activa : vlottende passiva)		1,9	1,7

## 5.2 Exploitatierkening (Model II)

		<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
<b>BATEN</b>			
<b>Media-aanbod</b>	5.6.1		
Bekostiging		17.511.712	16.932.346
Overige subsidies		-	184.971
Reclamebaten	5.6.2	998.304	1.206.204
Subtotaal baten media-aanbod		<u>18.510.016</u>	<u>18.323.521</u>
<b>Programma gebonden eigen bijdragen</b>			
Bijdragen van overige derden	5.6.3	322.768	284.093
Opbrengst overige nevenactiviteiten	5.6.4	29.703	26.551
Overige bedrijfsopbrengsten	5.6.5	123.796	270.260
Barteringbaten	5.6.6	-	27.528
<b>Som der bedrijfsopbrengsten</b>		<u><b>18.986.283</b></u>	<u><b>18.931.953</b></u>
<b>LASTEN</b>			
Lonen en salarissen	5.6.7	9.085.943	8.722.357
Sociale lasten	5.6.8	2.845.300	2.726.262
Afschrijvingen op materiele vaste activa	5.6.9	582.201	533.147
<b>Directe productiekosten</b>	5.6.10		
Facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten)		258.900	248.497
Technische productiekosten media-aanbod (programmalaasten)		907.129	1.054.727
Overige productiekosten media-aanbod		1.740.208	2.047.628
Sales en reclame		484.182	551.499
<b>Overige bedrijfslasten</b>	5.6.11		
PR en promotie		300.191	314.953
Huisvestingslasten		589.863	536.082
Overige algemene lasten		2.284.217	2.608.838
Barteringslasten	5.6.12	13.500	14.028
<b>Som der bedrijfslasten</b>		<u><b>19.091.634</b></u>	<u><b>19.358.019</b></u>
<b>BEDRIJFSRESULTAAT</b>		<u><b>-105.352</b></u>	<u><b>-426.066</b></u>
Financieel resultaat		21.806	9.869
<b>Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening</b>		<u><b>-83.545</b></u>	<u><b>-416.197</b></u>
Verschuldigde surplus reserve media-aanbod		-	-
<b>EXPLOITATIERESULTAAT na overdracht en belastingen</b>		<u><b>-83.545</b></u>	<u><b>-416.197</b></u>
FTE gemiddeld		140,9	136,6
FTE ultimo		138,4	142,9

### 5.3 Kasstroomoverzicht (Model III)

	<u>2024</u>	<u>2023</u>
<b>I Kasstroom uit operationele activiteiten</b>	<b>-83.545</b>	<b>-416.197</b>
<i>Exploitatieresultaat</i>		
Aanpassen voor:		
- Afschrijvingen vaste activa	582.201	533.147
- Mutatie voorzieningen	<u>18.345</u>	<u>-9.382</u>
	600.546	523.765
<b>Bruto kasstroom uit operationel activiteiten</b>	<b>517.000</b>	<b>107.568</b>
- Rechtstreekse vermogensmutatie	-	0
- Mutatie vorderingen	-118.050	169.320
- Mutatie kortlopende schulden	<u>-4.726</u>	<u>-1.154.447</u>
	-122.776	-985.127
<b>Netto kasstroom uit operationele activiteiten</b>	<b>394.225</b>	<b>-877.559</b>
<b>II Kasstroom uit investeringsactiviteiten</b>		
Investeringen in (im)materiële vast activa	-84.981	-294.707
Desinvesteringen in (im)materiële vast activa	<u>329</u>	<u>200</u>
Kasstroom uit investeringsactiviteiten	-84.652	-294.507
<b>III Kasstroom uit financieringsactiviteiten</b>		
Ontvangen uit langlopende schulden	-	-
Aflossing van langlopende schulden	<u>-</u>	<u>-</u>
Kasstroom uit financieringsactiviteiten	-	-
<b>Mutatie liquide middelen I + II + III</b>	<b>309.573</b>	<b>-1.172.066</b>
Liquide middelen einde boekjaar	2.269.717	1.960.144
Liquide middelen begin boekjaar	1.960.144	3.132.210
<b>Mutatie liquide middelen</b>	<b>309.573</b>	<b>-1.172.066</b>

## 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 waarderingsgrondslag is vermeld vindt waardering plaats tegen de verkrijgingsprijs.

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 2023 zijn opgenomen als vergelijkende cijfers. Waar nodig zijn de cijfers anders gepresenteerd voor vergelijkingsdoeleinden.

## Continuïteit

De in onderstaande jaarrekening gehanteerde grondslagen van waardering en resultaatbepaling zijn gebaseerd op de veronderstelling van continuïteit van de organisatie. Wij merken in dit kader op dat de continuïteit van organisatie afhankelijk is van de verlenging van de concessie en aanwijzing als regionale publieke omroep. De huidige concessie en aanwijzing lopen tot en met eind 2025 en deze concessie en aanwijzing worden opnieuw toegekend per 1-1- 2026. Hoewel er geen enkele aanleiding is te veronderstellen dat de concessie niet wordt verlengd en de organisatie niet zou worden aangewezen als regionale publieke omroep voor Noord- Holland is er derhalve geen volledige zekerheid te geven over de continuïteit van de organisatie. De organisatie stelt alles in het werk om deze onzekerheid bij de aanwijzing als regionale publieke omroep te verkleinen. Dit betekent: de organisatie voldoet aan alle voorwaarden voor de aanwijzing (en laat zich juridisch adviseren waar nodig), zal alle verplichte- en aanbevolen documenten voor 1 juli 2025 indienen, integreren van de eerder toegelichte nieuwe mediastrategie in het concessiebeleidsplan van de organisatie, de organisatie sluit aan bij de doelstellingen en ambities uit het overkoepelende RPO-concessie beleidsplan 2026-2030 en betreft alle relevante stakeholders in het proces. De jaarrekening is opgesteld op basis van de continuïteitsveronderstelling.

De subsidie voor het jaar 2025 is bevestigd door het Commissariaat van de Media, op basis van de subsidie van 2024. De CPI 2025 komt in het voorjaar van 2025. 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 materiële 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 materiële vaste activa (MVA) worden gewaardeerd tegen waardering tegen verkrijgings-/vervaardigingsprijs 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 vanaf 2021 gelden de onderstaande afschrijvingspercentages. Dit is conform het Handboek Financiële Verantwoording Regionale Publieke Media Instellingen en RPO 2024.

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

#### Bedrijfsgebouwen en terreinen

○ Bedrijfsgebouwen in eigendom	2,5%
○ Fundamentele aanpassingen pand	2,5%
○ Overige aanpassingen pand	10%
○ Technische installaties	6,67%
○ Zend- en energie-installaties	6,67%

#### Facilitaire apparatuur

○ Content gerelateerde hard- en software	20%
○ Overige facilitaire apparatuur	12,5%

#### Vervoersmiddelen

○ Transportmiddelen	12,5%
○ Overige vervoersmiddelen	20%
○ Inventaris en inrichting	20%
○ Hard- en software	20%

Kosten voor groot onderhoud worden geactiveerd op het moment zodra deze zich 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 bij eerste verwerking opgenomen tegen de reële waarde en vervolgens 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 verkrijgingprijs.

#### Liquide middelen

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

## Algemene reserve

De algemene reserve is door de bestuurder bestemd voor algemene doeleinden en kan binnen de doelstelling van de media-instelling vrij over de algemene reserve beschikken.

## Reserve voor media-aanbod

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'.

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.

## 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 omroeperspersoneel 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.

### **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.

#### **Bekostiging**

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

#### **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.

#### **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):

- 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 2024 € 17.545) met een maximum (in 2024 € 137.800) 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 114,3% en de beleidsdekkingsgraad is 117,5% (PNO Media, 31 december 2024).

#### **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

### 5.5.1 Materiële vaste activa

Het verloop van de materiële vaste activa is als volgt:

	<u>Bedrijfs- gebouwen en terreinen</u>	<u>Technische apparatuur</u>	<u>Hard- en software</u>	<u>Inventaris</u>	<u>TOTAAL</u>
Stand per 01-01-2024					
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 01-01-2024	<u>970.979</u>	<u>1.130.083</u>	<u>294.572</u>	<u>257.809</u>	<u>2.653.443</u>
Mutaties boekjaar:					
· Investerings		43.052	39.674	2.255	84.981
· Desinvesteringen		20.540	19.180	86.238	125.958
· Afschrijvingen	-108.208	-229.018	-176.285	-68.689	-582.200
· Afschrijving desinvestering		-20.496	-19.005	-86.128	-125.629
Saldo mutaties boekjaar 2024	<u>-108.208</u>	<u>-185.922</u>	<u>-136.436</u>	<u>-66.324</u>	<u>-496.890</u>
Stand per 31-12-2024					
Aanschaffingswaarde	1.082.077	1.819.897	1.060.028	339.044	4.301.046
Cumulatieve afschrijving	-219.306	-875.824	-902.242	-147.779	-2.145.151
Boekwaarde per 31-12-2024	<u>862.771</u>	<u>944.073</u>	<u>157.786</u>	<u>191.265</u>	<u>2.155.895</u>

Er is in 2024 voor een totaal bedrag van € 84.891 geïnvesteerd. De investeringen bestaan uit aankoop van mengtafel, uitbreiding intercom (TV regie), laptops, 4 bakfietsen ten behoeve van regioverslaggevers in Amsterdam en de aanschaf en ingebruikname van een nieuw softwaresysteem voor digitale factuurregistratie. De desinvesteringen betreffen technische apparaten, hard- en software en bureaustoelen.

### 5.5.2 Financiële vaste activa

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
<b>Deelnemingen</b>		
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 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Handelsdebiteuren	666.518	522.025
Voorziening dubieuze debiteuren	-18.579	-55.157
	<u>647.940</u>	<u>466.868</u>

De stijging ten opzichte van 31 december 2023 wordt grotendeels veroorzaakt doordat in december 2024 veel gefactureerd is m.b.t. programma opbrengsten (bijdragen van overige derden).

#### Deelnemingen

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Vorderingen op deelnemingen ORN CV	29.791	30.384
Vorderingen op deelnemingen CRS	23.083	38.122
	<u>52.874</u>	<u>68.506</u>

De daling per 31 december 2024 wordt veroorzaakt doordat er in 2023 meer omzet te verrekenen was.

#### Overige vorderingen en overlopende activa

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Overige vorderingen	26.636	132.799
Vooruitbetaalde lasten	1.834.345	1.906.726
	<u>1.860.982</u>	<u>2.039.525</u>

De overige vorderingen zijn in 2024 gedaald door de financiële afwikkeling van de eenmalige vergoeding vanuit de RPO voor het ontwikkelen van een online interactief platform.

Onder de vooruitbetaalde lasten vallen onder andere de vooruitbetaalde pensioenlasten van € 1.583.994 voor 2025.

#### 5.5.4 Liquide middelen

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Banken rekening courant	2.269.717	1.960.144
	<u>2.269.717</u>	<u>1.960.144</u>

Alle liquide middelen staan ter vrije beschikking van NH Media.

#### 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 2024 is opgebouwd uit:

	<u>31 december 2024</u>
Algemene reserve	3.503.467
Reserve voor media-aanbod	878.390
	<u>4.381.857</u>

Stand van de Algemene reserve:

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</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 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Stand per 1 januari	961.936	1.378.133
Mutaties:		
Onttrekking	-	-
Vrijval	-	-
+/- Resultaatbestemming	-83.545	-416.197
	<u>878.391</u>	<u>961.936</u>

## 5.5.6 Voorzieningen

### Overige voorzieningen

De overige voorzieningen zijn opgebouwd uit de volgende voorzieningen:

#### Voorziening Werkzekerheidsafspraken

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Stand per 1 januari	91.153	74.552
Mutaties:		
Dotatie	12.800	20.483
Onttrekking	-3.637	-3.882
Vrijval	7.956	-
	<u>108.272</u>	<u>91.153</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 omroep personeel en wordt nominaal bepaald. De stijging wordt veroorzaakt doordat er weinig gebruik wordt gemaakt van het loopbaantraject.

## Voorziening Jubilea verplichtingen

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Stand per 1 januari	24.637	25.619
Mutaties:		
Dotatie	1.225	-
Onttrekking	-	-982
Vrijval	-	-
	<u>25.862</u>	<u>24.637</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 omroep personeel.

## Voorziening voor lopende claims

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Stand per 1 januari	-	25.000
Mutaties:		
Dotatie	-	-
Onttrekking	-	-25.000
Vrijval	-	-
	<u>0</u>	<u>0</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 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Totaal voorzieningen	<u>134.134</u>	<u>115.790</u>

### 5.5.7 Kortlopende schulden

De kortlopende schulden hebben een looptijd korter dan 1 jaar.

#### Schulden aan leveranciers

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Crediteuren	624.187	841.547
	<u>624.187</u>	<u>841.547</u>

De daling ten opzichte van 31 december 2023 wordt grotendeels veroorzaakt doordat voorgaand jaar een grote factuur was opgenomen inzake technische onderhoudskosten.

#### Belastingen en premies sociale verzekeringen

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Omzetbelasting	98.977	59.369
Loonbelasting en sociale lasten	571.822	557.799
	<u>670.800</u>	<u>617.168</u>

#### Overige schulden

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Reservering vakantiedagen	531.876	514.396
Reservering uit te betalen ontslagvergoedingen	169.409	55.571
	<u>701.285</u>	<u>569.967</u>

De reservering van uit te betalen ontslagvergoedingen per 31 december 2024 is gestegen als gevolg van uit te betalen transitievergoedingen in het kader van de Wet Arbeidsmarkt in Balans (WAB) en kapitalisatie van de nog te betalen loonkosten tot einddatum.

#### Overlopende passiva

	<u>31 december 2024</u>	<u>31 december 2023</u>
Overige overlopende passiva	490.142	593.612
	<u>490.142</u>	<u>593.612</u>



De daling van de overige overlopende passiva wordt voornamelijk veroorzaakt door minder reserveringen voor nog te verwachten kosten. Onder deze post is een verplichting 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 miv 1 september 2022.

Looptijd van de huurverplichting incl servicekosten	0-1 jaar	>1-5 jaar	> 5 jaar	Totaal
Mgebouw, Hilversum	429.821	1.719.284	1.146.190	3.295.295

### Leasecontracten

- Met UNO is een leasecontract afgesloten voor apparatuur voor 5 jaar
- Er zijn voor 25 personenwagens operationele leasecontracten afgesloten voor periodes van 1 t/m 4 jaar
- Verder zijn er leasecontracten 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	283.500	-	445.500
Leaseauto's	92.864	44.444	-	137.308
Lease HP notebooks	6.480	-	-	6.480
Lease Canon printers	25.920	47.520	-	73.440
Lease bakfietsen	3.420	-	-	3.420

### 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	714.000	-	1.122.000
D&MS, support	113.820	199.185	-	313.005

## 5.6 Toelichting op de exploitatierekening (conform model Va)

### 5.6.1 Media-aanbod

#### Bekostiging

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Bekostiging	<u>17.511.712</u>	<u>16.932.346</u>

Stijging van de bekostiging wordt veroorzaakt door de ontvangen indexering over 2024. De bekostiging 2024 is door het Commissariaat voor de Media toegezegd onder de kenmerken 956755/956788 en 956755/983.232. De bekostiging 2023 is door het Commissariaat van de Media zonder opmerkingen vastgesteld.

#### Overige subsidie

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Overige subsidie	<u>-</u>	<u>184.971</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 liep 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

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Bruto omzet regionaal	883.790	949.603
Af: korting regionaal	-334.261	-240.649
Bij: omzet bovenregionaal	80.939	76.003
Netto omzet regionaal	<u>630.468</u>	<u>784.957</u>
Gemiddelde korting	38%	25%
Bruto omzet ORN	369.700	493.442
Af: korting ORN	-1.865	-72.195
Netto omzet ORN	<u>367.836</u>	<u>421.247</u>
Gemiddelde korting	1%	15%
Totale reclamebatens	<u><u>998.304</u></u>	<u><u>1.206.204</u></u>
De netto reclamebatens zijn als volgt te specificeren:		
Televisie	224.773	204.175
Radio	496.773	652.853
Online	276.758	349.176
Totale reclamebatens	<u><u>998.304</u></u>	<u><u>1.206.204</u></u>

In 2024 dalen de reclamebatens naar € 998.304. Deze daling wordt veroorzaakt door de daling van de regionale omzet (20%) en landelijke omzet (13%).

De stijging van het kortingspercentage bij de omzet regionaal wordt veroorzaakt doordat er in 2024 vaker acties met hogere kortingen zijn gedaan om het verlies van grote adverteerders op te vangen.

Daling van het kortingspercentage bij de omzet landelijk (ORN/STER) is het gevolg van de overgang in januari 2024 van ORN naar de externe partij STER. De STER hanteert lagere bruto tarieven, andere tariefkaarten en kortingsbeleid.

## 5.6.3 Programmabeden eigen bijdragen

### Bijdragen van overige derden

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Bijdragen van overige derden	<u><u>322.768</u></u>	<u><u>284.093</u></u>

Zie voor een uitgebreid overzicht bijlage VII.

## 5.6.4 Opbrengst overige nevenactiviteiten

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Opbrengst uitzendrechten en -formats	29.703	26.051
Overige nevenactiviteiten	-	500
	<u><b>29.703</b></u>	<u><b>26.551</b></u>

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

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Opbrengst commissie verkoop reclame AT5	115.007	190.798
Overige opbrengsten	8.789	79.462
	<u><b>123.796</b></u>	<u><b>270.260</b></u>

### Opbrengst commissie verkoop reclame POA

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 2024 lager dan in 2023 door de daling van de reclameverkoop voor AT5 en door de overstap van POA naar een andere partij voor de landelijke online verkoop.

### Overige opbrengsten

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

## 5.6.6 Barteringbaten

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Barteringbaten	-	<u><b>27.528</b></u>

Zie voor een nadere specificatie Bijlage VIII.

### 5.6.7 Lonen en salarissen

	<b>Realisatie 2024</b>	<b>Realisatie 2023</b>
Lonen en salarissen	<u>9.085.943</u>	<u>8.722.357</u>

Het aantal FTE bedraagt per 31 december 2024: 138,4 FTE (31 december 2023: 142,9 FTE) en het gemiddeld aantal medewerkers gedurende het boekjaar 2024 is 140,9 FTE (2023: 136,6 FTE). De stijging van de lonen en salarissen wordt grotendeels veroorzaakt door de CAO- en individuele salarisverhogingen (met name periodieken). Verder zijn 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 in 2024 € 415.000 en in 2023: € 187.000). De stijging van het saldo van doorbelasting van het personeel wordt voornamelijk veroorzaakt door meerdere personen die doorbelast worden aan de RPO.

### 5.6.8 Sociale lasten

	<b>Realisatie 2024</b>	<b>Realisatie 2023</b>
Bijdrage werkgever in ziektekostenverzekering	53.915	52.267
Pensioenlasten	1.244.677	1.058.100
Werkgeversaandeel soc. verzekeringswetten	1.546.708	1.615.895
	<u><b>2.845.300</b></u>	<u><b>2.726.262</b></u>

De stijging van de sociale lasten en pensioenlasten en zijn gerelateerd aan de stijging van de lonen en salarissen.

### 5.6.9 Afschrijving op materiële vaste activa

	<b>Realisatie 2024</b>	<b>Realisatie 2023</b>
Gebouwen	108.208	102.638
Inventaris en inrichting	68.689	65.326
Hardware en software	176.285	143.117
Facilitaire apparatuur	229.018	222.066
	<u><b>582.201</b></u>	<u><b>533.147</b></u>

## 5.6.10 Directe productiekosten

### Facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten)

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten)	<u>258.900</u>	<u>248.497</u>

### Technische productiekosten media-aanbod

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Huur van locaties	15.307	14.326
Verbindingen	28.875	24.828
ENG/EFP materiaal	143.367	194.044
Faciliteiten en overige	<u>719.580</u>	<u>821.529</u>
	<u><b>907.129</b></u>	<u><b>1.054.727</b></u>

De ENG/EFP materiaal is gedaald door eenmalige extra kosten in 2023 voor opslag van het digitale beeld en geluid bij een externe partij. De post faciliteiten en overige is lager door eenmalige vergoeding in 2024 vanuit de RPO voor het ontwikkelen van een online interactief platform.

### Overige productiekosten media-aanbod

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Algemene kosten freelancers (programmagebonden)	48.091	80.058
Honorarium freelancers (programmagebonden)	1.165.616	1.477.204
Algemene programmakosten	<u>526.501</u>	<u>490.366</u>
	<u><b>1.740.208</b></u>	<u><b>2.047.628</b></u>

- Algemene kosten freelancers (programma gebonden)  
Hieronder vallen onder andere de reis- en verblijfskosten bij producties door freelancers. De daling in 2024 is grotendeels gerelateerd aan de daling van de freelance inhuur.
- Honorarium freelancers (programma gebonden) zijn in 2024 gedaald als gevolg van kritisch kijken naar de freelance inhuur, waar mogelijk is de inzet beperkt en worden werkzaamheden door eigen personeel uitgevoerd.
- Algemene programmakosten zijn gestegen door meer inkopen van programma's.

## Sales en reclame

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Promotiekosten	54.317	76.717
Directe productiekosten	139.054	214.977
Auteursrechten e.d.	<u>290.811</u>	<u>259.805</u>
	<u><b>484.182</b></u>	<u><b>551.499</b></u>

De daling van de Directe productiekosten zijn gerelateerd aan de lagere reclamebaten.

## 5.6.11 Overige bedrijfslasten

### PR en promotie

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Kosten onderzoek	84.914	52.696
Overige PR en promotiekosten	<u>215.277</u>	<u>262.257</u>
	<u><b>300.191</b></u>	<u><b>314.953</b></u>

### Huisvestingslasten

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Belastingen, verzekeringen en onderhoudskosten	119.698	115.307
Gas, water en electra	121.513	96.656
Huurkosten	<u>348.652</u>	<u>324.119</u>
	<u><b>589.863</b></u>	<u><b>536.082</b></u>

In 2021 is een huurovereenkomst afgesloten voor het M-Gebouw in Hilversum met een huuringsdatum op 1 september 2022.

## Overige algemene lasten

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Kosten betalingsverkeer	2.468	2.595
Bijdrage aan RPO	56.125	50.107
Overige kosten	164.401	304.094
Uitbesteed werk aan bedrijven	505.714	672.173
Overige personeelskosten	702.785	748.741
Overige aan afdeling gerelateerde algemene kosten	852.724	831.128
	<u><b>2.284.217</b></u>	<u><b>2.608.838</b></u>

### Overige kosten

De overige kosten dalen in 2024 doordat er in 2023 nagekomen eenmalige kosten gerelateerd aan de verhuizing van eind 2022 zijn verantwoord.

### Uitbesteed werk aan bedrijven

Er is in 2024 minder gebruik gemaakt van inhuur op basis van interim, onder andere op de afdelingen Finance en HRM. Tevens waren de Arbo-, juridische en kantine kosten in 2024 lager dan 2023.

### Overige personeelslasten

In 2024 zijn er minder kosten gemaakt voor het werven van nieuw personeel, opleiding en stages.

### Overige aan afdeling gerelateerde algemene kosten

De grootste posten welke hieronder vallen zijn: automatiseringskosten, servicecontracten en telefoon- en internetkosten.

## 5.6.12 Barteringlasten

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
Barteringlasten	<u>13.500</u>	<u>14.028</u>

	<u>Realisatie 2024</u>	<u>Realisatie 2023</u>
<b>SOM DER BEDRIJFSLASTEN</b>	<u><b>19.091.634</b></u>	<u><b>19.358.019</b></u>

Zie voor een nadere specificatie van de barter bijlage VIII.



### 5.6.3 Wet normering van topinkomens (WNT)

De WNT is van toepassing op leidinggevende topfunctionarissen bij NH Media. Het voor NH Media toepasselijke bezoldigingsmaximum is in 2024 € 196.000.

#### Bezoldiging topfunctionarissen

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

<b>Gegevens 2024</b>	
<b>bedragen x € 1</b>	
	<b>David Vink</b>
<b>Functiegegevens</b>	<b>directeur</b>
Aanvang en einde functievervulling in 2024	01/01 t/m 31/12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)	1,0
Dienstbetrekking?	Ja
<b>Bezoldiging</b>	
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	209.141
Beloningen betaalbaar op termijn	20.564
<i>Subtotaal;</i>	229.705
<b>Individueel toepasselijk bezoldigingsmaximum</b>	<b>196.000</b>
-/- Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag	n.v.t.
<b>Bezoldiging</b>	229.705
Het bedrag van de overschrijding en de reden waarom de overschrijding al dan niet is toegestaan	33.705 (zie 1)
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde betaling	n.v.t.
<b>Gegevens 2023</b>	
<b>bedragen x € 1</b>	
	<b>David Vink</b>
<b>Functiegegevens</b>	<b>directeur</b>
Aanvang en einde functievervulling in 2023	01/01 t/m 31/12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)	1,0
Dienstbetrekking?	Ja
<b>Bezoldiging</b>	
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	188.396
Beloningen betaalbaar op termijn	19.123
<i>Subtotaal;</i>	207.519
<b>Individueel toepasselijk bezoldigingsmaximum</b>	<b>188.000</b>
<b>Bezoldiging</b>	207.519

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 (vanaf 2025) wordt afgebouwd naar het toepasselijke maximum.

## Toezichthoudende topfunctionarissen

De bezoldiging van de Raad van Toezicht bedroeg in 2024 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.

De Raad van Toezicht heeft in 2024 zes keer vergaderd.

Gegevens 2024					
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 2024	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
<b>Bezoldiging:</b>					
Bezoldiging	14.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Individuele toepasselijke bezoldigingsmaximum	29.400	19.600	19.600	19.600	19.600
Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag	-	-	-	-	-
<b>Bezoldiging</b>	<b>14.000</b>	<b>9.000</b>	<b>9.000</b>	<b>9.000</b>	<b>9.000</b>
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 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
<b>Bezoldiging:</b>					
Bezoldiging	14.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Individuele toepasselijke bezoldigingsmaximum	28.200	18.800	18.800	18.800	18.800

## Samenstelling Raad van Toezicht:

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

## Mediaraad

Het totaal aan vergoedingen uitgekeerd aan de leden van de Mediaraad bedroeg in 2024 € 5.676. 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 4 keer regulier vergaderd in 2024.

### Samenstelling Mediaraad:

- 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 2024 is er een negatief resultaat behaald van € 83.545 en zal in mindering worden gebracht op de reserve voor de media-aanbod. De reserve voor media-aanbod staat daarmee ultimo 2024 op € 878.391.

### 5.6.15 Gebeurtenissen na balansdatum

Er hebben verder geen materiële gebeurtenissen na balansdatum plaatsgevonden met betrekking tot het boekjaar 2024.

## 5.7 Model IV: Toelichting op exploitatierekening

	Media- aanbod	Neven- activiteiten	Organisatie kosten	Totaal	Begroting 2024	Afwijking boekjaar- begroting in % van begroting
<b>BATEN</b>						
<i>Media-aanbod</i>						
Bekostiging	17.511.712	-	-	17.511.712	17.353.344	1%
Overige subsidies	-	-	-	-	-	
Reclame baten	998.304	-	-	998.304	1.294.950	-23%
Subtotaal baten media-aanbod	<u>18.510.016</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>18.510.016</u>	<u>18.648.294</u>	<u>-1%</u>
<i>Programma gebonden eigen bijdragen</i>						
Sponsorbijdragen	-	-	-	-	-	
Bijdragen van overige derden	322.768	-	-	322.768	300.000	8%
Opbrengst overige nevenactiviteiten	-	29.703	-	29.703	282.561	-89%
Overige bedrijfsopbrengsten	123.796	-	-	123.796	100.337	23%
Barteringbaten	-	-	-	-	69.000	-100%
<b>Som der bedrijfsopbrengsten</b>	<u>18.956.580</u>	<u>29.703</u>	<u>-</u>	<u>18.986.283</u>	<u>19.400.192</u>	<u>-2%</u>
<b>LASTEN</b>						
Lonen en salarissen	6.889.046	5.655	2.191.242	9.085.943	9.621.399	-6%
Sociale lasten	2.160.762	1.771	682.767	2.845.300	2.961.718	-4%
Afschrijvingen op immateriële e materiël vaste activa	12.153	-	570.048	582.201	607.097	-4%
<i>Directe productiekosten</i>						
Facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten)	258.900	-	-	258.900	250.981	3%
Technische productiekoste media-aanbod (programmalasten)	907.129	-	-	907.129	1.072.737	-15%
Overige productiekosten media-aanbod	1.706.699	-	33.509	1.740.208	1.462.414	19%
Sales en reclame	484.182	-	-	484.182	450.266	8%
<i>Overige bedrijfslasten</i>						
PR en promotie	1.916	-	298.275	300.191	313.678	-4%
Huisvestingslasten	24.523	-	565.340	589.863	689.369	-14%
Overige algemene lasten	396.203	-	1.888.014	2.284.217	2.055.533	11%
Bateringslasten	-	-	13.500	13.500	69.000	-80%
<b>Som der bedrijfslasten</b>	<u>12.841.513</u>	<u>7.426</u>	<u>6.242.695</u>	<u>19.091.634</u>	<u>19.554.192</u>	<u>-2%</u>
<b>BEDRIJFSRESULTAAT</b>	<u>6.115.067</u>	<u>22.277</u>	<u>-6.242.695</u>	<u>-105.351</u>	<u>-154.000</u>	<u>-32%</u>
Financieel resultaat	-	-	21.806	21.806	4.000	445%
<b>Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening</b>	<u>6.115.067</u>	<u>22.277</u>	<u>-6.220.889</u>	<u>-83.545</u>	<u>-150.000</u>	
Verschuldigde surplus reserve media-aanbod	-	-	-	-	-	
<b>EXPLOITATIERESULTAAT na overdracht en belastingen</b>	<u>6.115.067</u>	<u>22.277</u>	<u>-6.220.889</u>	<u>-83.545</u>	<u>-150.000</u>	
FTE gemiddeld RPO	110,8	0,1	30,0	140,9	146,7	
FTE ultimo RPO	109,6	0,1	28,7	138,4	146,7	

## 5.8 Model VI: Toelichting op nevenactiviteiten per cluster

	Cluster 1 Licenties	Verhuur personeel/ faciliteiten	Totaal Neven- activiteiten
<b>BATEN</b>			
2. Programmagebonden eigen bijdragen	-	-	-
4. Opbrengst overige nevenactiviteiten	29.703	-	29.703
6. Overige bedrijfsopbrengsten	-	-	-
7. Barteringbaten	-	-	-
<b>Som der bedrijfsopbrengsten</b>	<b>29.703</b>	<b>-</b>	<b>29.703</b>
<b>LASTEN</b>			
8. Lonen en salarissen	5.655	-	5.655
9. Sociale lasten	1.771	-	1.771
10. Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa			-
11. Bijzondere waardevermindering vlottende activa			-
12. Directe productiekosten			-
13. Overige bedrijfslasten			-
14. Toerekening organisatiekosten			-
15. Beteringslasten	-	-	-
<b>Som der bedrijfslasten</b>	<b>7.426</b>	<b>-</b>	<b>7.426</b>
<b>BEDRIJFSRESULTAAT</b>	<b>22.277</b>	<b>-</b>	<b>22.277</b>
22. Rente en soortgelijke kosten	-	-	-
<b>Som der financiële baten en lasten</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Exploitatieresultaat voor toerekening Eigen bijdragen</b>	<b>22.277</b>	<b>-</b>	<b>22.277</b>

## 5.9 Model VII: Sponsorbijdragen en bijdragen van derden

### Ontvangen door media-instellingen

Titel media-aanbod	Aantal Afl	Naam Organisatie	Totale bijdrage €	Specificatie bijdragen derden in €	
				Commerciële sponsoring €	Overige derden €
Expeditie Nederland	7	Omroep Max	22.838		22.838
Stadhuis Hoorn gerenoveerd	1	Gemeente Hoorn	6.000		6.000
Expeditie Nederland	5	Omroep Max	17.826		17.826
H'effect van struikelstenen	1	Haarlem Media Fonds	3.234		3.234
A'dam Museum 2023-2026	7	Stichting Amsterdam Museum	12.500		12.500
Waternet	1	Waternet	4.000		4.000
Gebruikte stenen	8	Provincie Noord-Holland	7.500		7.500
		Gemeente Den Helder	7.500		7.500
		Gemeente Dijk en Waard	7.500		7.500
		Beeldland	1.200		1.200
		Gemeente Hoorn	6.320		6.320
		Gemeente Haarlemmermeer	7.500		7.500
		Prins Bernhard Cultuurfonds	7.500		7.500
		Amsterdam Marathon 2024	1	Le Champion	20.000
NH Kanaal	6	Gemeente Purmerend	5.000		5.000
		Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier	5.000		5.000
		Koninklijke Binnenvaart Nederland	2.500		2.500
		Recreatie Noord-Holland	2.500		2.500
		Sportvisserij MidWest Nederland	5.000		5.000
		Provincie Noord-Holland	12.500		12.500
Expeditie NH Wonen	3	Gemeente Alkmaar	5.000		5.000
		Gemeente Haarlem	5.000		5.000
		Provincie Noord-Holland	15.600		15.600
Bevrijdingspop 2024	1	Provincie Noord-Holland	4.000		4.000
Expeditie NH De Havens	4	Provincie Noord-Holland	11.000		11.000
		Provincie Noord-Holland, Maritiem Clutser	15.000		15.000
		Amsterdam IJmuiden Offshore Ports	2.500		2.500
		Programmabureau NZKG	2.500		2.500
		Havenbedrijf Amsterdam N.V.	7.500		7.500
Le Champion de Vereniging	1	Le Champion	5.000		5.000
De vier van Noord-Holland	5	Provincie Noord-Holland	13.000		13.000
Egmond H. Marathon 2024	1	NN Insurance Eurasia N.V.	5.000		5.000
		Le Champion	5.000		5.000
Bloemencorso 2024	1	Provincie Noord-Holland	5.000		5.000
Alkmaar Pride 2024	1	Stichting Alkmaar Pride	4.000		4.000
Wandel4daagse Alkmaar 24	4	Le Champion	5.000		5.000
Dam tot Dam 2024	1	NN Insurance Eurasia N.V.	5.000		5.000
		Provincie Noord-Holland	5.000		5.000
		Le Champion	20.000		20.000
Zomertoer 2024	10	Provincie Noord-Holland	10.000		10.000
Opening Weidevogelseizoen	1	Recreatie Noord-Holland	3.750		3.750
City Run Hilversum	1	Provincie Noord-Holland	5.000		5.000
Aansluiting exploitatierekening			322.768	0	322.768
Aansluiting 'vermindering van voorraad' in balans			-	-	-

## Ontvangen bijdragen derden door buitenproducenten

Titel media-aanbod	Aantal Afl	Naam Organisatie	Totale bijdrage €	Specificatie bijdragen derden in €	
				Commerciële sponsoring €	Overige derden €
niet van toepassing					
Totaal ontvangen bijdragen derden door buitenproducenten			0	0	0

### 5.10 Model VIII: Bartering contracten

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.

NH Media heeft in 2024 geen bartercontracten afgesloten.

Nr.	Participant barterovereenkomst	Aanvang	Einde	Prestatie aan de omroepinstelling	Prestatie door de omroepinstelling	Bedrag €
	niet van toepassing					
<b>Totaal</b>						<b>0</b>

## 5.11 Ondertekening

Hilversum, 17 april 2025

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)



## 6. Overige gegevens

Er zijn geen overige gegevens die hier vermeld dienen te worden, alles is reeds verstrekt.

## **CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT**

*Aan het bestuur en de raad van toezicht van Stichting RTV NH*

### **Verklaring over de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening 2024**

#### **Ons oordeel**

Wij hebben de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening 2024 van Stichting RTV NH te Haarlem gecontroleerd.

Naar ons oordeel:

- geeft de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting RTV NH per 31 december 2024 en van het resultaat over 2024 in overeenstemming met de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024;
- zijn de in de jaarrekening verantwoorde baten, lasten en balansmutaties over 2024 in alle van materieel belang zijnde aspecten rechtmatig tot stand gekomen in overeenstemming met de in de relevante wet- en regelgeving opgenomen bepalingen, zoals vermeld in de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2024;
2. de exploitatierekening over 2024; en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

#### **De basis voor ons oordeel**

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden, het Controleprotocol regionale publieke media-instellingen en de RPO van de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024 vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting RTV NH zoals vereist in de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags- en beroepsregels accountants (VGBA).

Wij vinden dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

#### **Naleving anticumulatiebepaling WNT niet gecontroleerd**

In overeenstemming met het Controleprotocol WNT 2024 hebben wij de anticumulatiebepaling, bedoeld in artikel 1.6a WNT en artikel 5, lid 1, sub n en o Uitvoeringsregeling WNT, niet gecontroleerd. Dit betekent dat wij niet hebben gecontroleerd of er wel of niet sprake is van een normoverschrijding door een leidinggevende topfunctionaris vanwege eventuele dienstbetrekkingen als leidinggevende topfunctionaris bij andere WNT-plichtige instellingen, alsmede of de in dit kader vereiste toelichting juist en volledig is.

### **Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen andere informatie**

Naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij, omvat het financieel jaarverslag andere informatie, die bestaat uit:

- het verslag van de raad van toezicht;
- het bestuursverslag;
- model IX;
- model X; en
- de overige gegevens.

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie:

- met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat;
- alle informatie bevat die op grond van de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024 is vereist.

Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de controle van de jaarrekening of anderszins, overwogen of de andere informatie materiële afwijkingen bevat.

Met onze werkzaamheden hebben wij voldaan aan de vereisten in het Controleprotocol regionale publieke media-instellingen en de RPO van de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024 en de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening.

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen van de andere informatie, waaronder het bestuursverslag en de overige gegevens in overeenstemming met de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024.

### **Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening**

#### **Verantwoordelijkheden van het bestuur en de raad van toezicht voor de jaarrekening**

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024. Het bestuur is ook verantwoordelijk voor het rechtmatig tot stand komen van de in de jaarrekening verantwoorde baten, lasten en balansmutaties in overeenstemming met de in de relevante wet- en regelgeving opgenomen bepalingen, zoals vermeld in de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024. In dit kader is het bestuur tevens verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening en de naleving van die relevante wet- en regelgeving mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de organisatie in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet het bestuur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij het bestuur het voornemen heeft om de organisatie te liquideren of de activiteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is. Het bestuur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gereede twijfel zou kunnen bestaan of de organisatie haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

De raad van toezicht is verantwoordelijk voor het uitoefenen van toezicht op het proces van financiële verslaggeving van de instelling.

### **Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening**

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel.

Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate, maar geen absolute mate, van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten ontdekken.

Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Wij hebben deze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controlestandaarden, het Controleprotocol regionale publieke media-instellingen en de RPO van de Regeling financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, dat baten en lasten alsmede de balansmutaties als gevolg van fouten of fraude niet in alle van materieel belang zijnde aspecten rechtmatig tot stand zijn gekomen, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing;
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de instelling;
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving, de gebruikte financiële rechtmatigheidscriteria en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan;
- het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens op basis van de verkregen controle -informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gereede twijfel zou kunnen bestaan of de instelling haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een onderneming haar continuïteit niet langer kan handhaven;
- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen;
- het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen en of de in deze jaarrekening verantwoorde baten en lasten alsmede balansmutaties in alle van materieel belang zijnde aspecten rechtmatig tot stand zijn gekomen.

Wij communiceren met de raad van toezicht onder andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante bevindingen die uit onze controle naar voren zijn gekomen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing.

Arnhem, 17 april 2025  
Flynth Audit B.V.

Paraaf voor waarmerkingsdoeleinden:

M. Vink RA