



# De flexibiliteit van L1

Héél flexibel en vooruitstrevend. Zo zou in een notendop de Limburgse regionale omroep L1 kunnen worden beschreven. De unieke bedrijfsvoering en de prima resultaten leverden de omroep zelfs de titel 'Mediabedrijf van het Jaar 2005' op. Een gesprek over L1 met Lucas Vroemen, hoofd audiotechniek & ict.

L1 Radio en TV is in 1999 voortgekomen uit een samenwerkingsverband tussen TV8, een commercieel televisiestation, en Omroep Limburg, dat zich bezighield met radio en tv. "Maar de eerste uitzending van (toen nog) de Regionale Omroep Zuid vond al op Kerstavond 1945 plaats", vertelt hoofd audiotechniek Lucas Vroemen. Met hulp van een Amerikaanse radiozender was een radioprogramma te horen dat voornamelijk was bedoeld om het gezag in de mijnstreek te herstellen. Een jaar later werd de Limburgse zender een apart onderdeel van de Nederlandse Radio Unie, waarin de landelijke omroepverenigingen samenwerkten. In 1988 ontstond uiteindelijk de Stichting Omroep Limburg. Negen jaar later kreeg Omroep Limburg een televisietak en in diezelfde tijd kwam TV8 op de Limburgse kabel, een commerciële omroep die werd gesteund door de Limburgse kranten. De provincie besloot vervolgens

dat beide omroepen samen op één kanaal moesten gaan uitzenden.

#### Mediabedrijf van het Jaar

"De Stichting Omroep Limburg bestaat nu nog steeds", legt Vroemen uit. "De stichting is houdster van de zendmachtiging en bepaalt daarom het programmabeleid. De L1 Omroepbedrijven voeren het programma uit. L1 Radio en TV is in feite gewoon een merknaam. We hebben hier zo een unieke publiekprivate constructie." Door de enorme kwaliteitsimpuls die met de fusie gepaard ging is het met de omroep vervolgens alleen maar bergopwaarts gegaan. Dat leidde er in september afgelopen jaar zelfs toe dat de omroep werd uitgeroepen tot Mediabedrijf van het Jaar 2005. "We waren samen met Talpa en de KRO genomineerd", vertelt Vroemen. "Uiteindelijk zijn wij het dus geworden, als eerste regionale omroep. Dat is wel iets waar we trots

op zijn." Volgens de jury lagen vooral de innovatieve geest en de zelfs voor regionale begrippen zeer hoge kijk- en luistercijfers ten grondslag aan de benoeming. Ook het feit dat L1 als eerste (en enige) regionale omroep uitzendt via de satelliet speelde uiteraard mee. "Een andere reden is dat we het als regionale omroep voor elkaar hebben gekregen om al jaren winsten te draaien. Daarom hebben we ook niet meteen een probleem als het eens wat minder gaat. L1 is ook een redelijk zakelijk geleid bedrijf. We maken ons behoorlijk druk om brandingstrategieën bijvoorbeeld. Hoe zet je het merk L1 goed in de markt? Daar doen we veel onderzoek naar en dat mis je bij veel omroepen, ook bij de landelijke. Je moet een filosofie hebben, anders werkt het niet."

#### Multimediale uitstraling

L1 zit alweer een hele tijd in Maastricht en

verhuisde februari 2005 naar een splinternieuw pand. "Dat was een behoorlijk ambitieus project", legt Vroemen uit. "Ik ben er ook erg trots op, vooral omdat ik zelf als coördinator vanuit L1 direct betrokken ben geweest bij de bouw. We hebben het ook precies binnen de gestelde tijd gebouwd. In oktober 2004 riep ik al dat we op 26 februari 2005 zouden gaan verhuizen. Het heeft bloed, zweet, tranen en de nodige vloeken gekost, maar het is gelukt. En dat niet alleen: we hebben ook nog eens 270.000 euro teruggegeven aan de provincie omdat we het geld niet nodig hadden. Ze wisten niet wat ze maakten, maar hebben er wel een mooie bestemming voor gevonden. Er is een productiefonds gekomen. Mensen mogen met programma-ideeën komen en krijgen dan eventueel geld uit het fonds om het te realiseren." Het nieuwe pand ademt een en al 'omroep' uit en dat was precies de bedoeling volgens Vroemen: "We wilden een multimediale uitstraling en dat is gelukt. Bij sommige omroepen heb je eerder het idee of je een bankgebouw binnenstapt. We wilden veel glas in het gebouw, door kijkjes naar de studio's bijvoorbeeld. Zelfs bij de kantine is aan de akoestiek gedacht, zodat ook die ruimte als studio gebruikt kan worden bij grotere producties." Wie het pand nu binnenloopt kijkt zijn ogen uit. "Maar let op", zegt Vroemen. "Als je

bijvoorbeeld over de redactie loopt zul je zien dat alles er heel duur uitziet. Maar vergeet niet dat je confectie hebt wanneer je 256 kasten laat maken. Door de grote afname zitten we bijvoorbeeld dik onder de gemiddelde prijs per werkplek. Puur een kwestie van slim shoppen. Veel dingen waren ook een Europese aanbesteding. Dan moeten ze wel met scherpe prijzen komen, want ze krijgen geen tweede kans."

#### Ambitieuze

De bouw was een ambitieus project en kenmerkend voor de omroep die L1 is. Vroemen: "We zijn vreselijk ambitieus en doen veel verschillende zaken. Dat we de mediaprijs kregen kwam vooral door de innovatieve krachten die we hebben getoond. Zo zijn we de eerste regionale omroep die zelfstandig op uitzending via de satelliet is overgegaan. Dat is gefinancierd door de rendementseis omlaag te schroeven. We vonden het ook echt belangrijk. Er is bijvoorbeeld een grote groep Nederlanders die net over de Belgische grens woont. Samen met de andere buitengebieden die we eerder nog niet konden bereiken praat je dan toch over zo'n 55.000 huishoudens." Nu zendt L1 uit op twee kabelfrequenties en via de satelliet. "Bovendien zenden we ook voortdurend 16:9 uit, ook daarin zijn we de eerste", vertelt Vroemen. "We doen ook veel grote shows die we helemaal zelf

draaien. Benefietuitzendingen bijvoorbeeld, die in eigen huis worden geproduceerd. Dat zijn grote projecten met live muziek, inzamelingsacties, callcentra en alles erop en eraan. Maar de corebusiness blijft natuurlijk nieuws en informatie." Op dat gebied had je vroeger een radiotak en een televisietak, maar nu spreek je daar niet meer over, legt Vroemen uit: "Je hebt nog wel audiomensen en videomensen, maar we hebben bijvoorbeeld een RTV nieuwsredactie. Die doet alles wat met nieuws en sport te maken heeft voor zowel radio en televisie als voor internet en teletekst. Een verdieping hoger zit een kleinere redactie die ook dat werk doet, maar dan op het gebied van varia. De scheiding wordt dus gemaakt tussen nieuws en sport enerzijds en varia anderzijds en niet tussen bijvoorbeeld radio en televisie."

#### Ontwikkelingen

Op dit moment is L1 aan het kijken naar multichannel. "Dat is toch iets dat er sterk zit aan te komen", legt Vroemen uit. "Wij geloven dat je de organisatie dusdanig moet inrichten dat je straks klaar bent voor zulke dingen." De eerste verzoeken voor op een bepaald publiek toegespitste content liggen al klaar bij L1: "Er zijn ook al wat kleine dingetjes opgestart. 'L1-content' in de busstations van Hermes bijvoorbeeld. Ook winkelcentra hebben al gevraagd of wij voor hen content kunnen verzorgen." De ontwikkelingen gaan sowieso erg snel, meent Vroemen: "Ik las ergens, en dat vind ik een heel goed punt, dat de komende vijf jaren op omroepgebied veel belangrijker worden dan de afgelopen vijftig jaar. Daar geloof ik echt heilig in. Je ziet het nu al aan hoe snel de ontwikkelingen gaan. Dingen als televisie op je mobiel bijvoorbeeld. Zelf zal ik er wel te oud voor zijn of zo, want naar zo'n klein scherm kijken zie ik niet echt zitten", lacht hij.

#### Flexibele oplossing

Wat televisie betreft werkt L1 met XDCAM van Sony en AVID voor de editing. "We hebben sinds januari vorig jaar ook ingezet op zelfmontage videoverslaggevers", vertelt Vroemen. "We hebben geen camjo's. Dat doen we bewust niet, omdat we vinden dat de verslaggevers zich ter plaatse moeten bezighouden met interviewen. We hebben ook ruimtes waar bijvoorbeeld zowel televisie- als radio-items gemonteerd kunnen worden en ook voice-overs kunnen worden ingesproken." Op radiogebied





zijn bij L1 eigenlijk alleen de microfoon en de zender nog analoog, maar daar houdt het dan ook wel mee op. Vroemen: "We zijn in Nederland de enige die werken met een Mandozzi-systeem. Daar hebben we voor gekozen omdat we sommige ruimten multifunctioneel gebruiken. Het grote verschil tussen Mandozzi en bijvoorbeeld een Klotz-systeem is dat je één centrale matrix hebt, een kast waar honderden kaarten in zitten. In die kast komen alle audiobronnen die er maar zijn uit. Iedere microfoon, waar je hem ook inpluigt en of het nou radio of televisie betreft, komt dus in dat systeem uit. Een flexibele oplossing, vinden wij. Je kunt het ook wel oplossen met Klotz bijvoorbeeld, maar dan ga je toch van matrix naar matrix naar matrix koppelingen bouwen. Nu kun je overal, waar je ook maar gaat zitten, alles doen." L1 gebruikt ook als eerste in Nederland Studer Vista tafels. "Echte high-end tafels waarvan we er één in onze reportagewagen hebben staan en één in de productieruimte. Die gebruiken we bij de grotere producties."

#### Mediabeleid

Het succes van L1 en andere regionale omroepen is volgens Vroemen te verklaren door het feit dat mensen zich tegenwoordig eerder een Limburger of een Fries voelen dan bijvoorbeeld een arbeider of een vrijzinnig protestant: "Die hele verzuijing bij de Hilversumse omroepen is inmiddels zo ouderwets. De enige omroep die dat betreft wel nog echt een smoel heeft, en daar kun je van vinden wat je wilt, dat is de EO. Maar die manier van 'mensen indelen' heeft een verschuiving gemaakt naar regionalisering. Daarin schuilt het succes van de regionale omroepen." Als je kijkt naar het marktaandeel dat regionale omroepen inmiddels bezitten dan slaat ook de verdeling van het geld eigenlijk nergens op, meent Vroemen: "De discussie gaat al-

tijd vooral over de Hilversumse omroepen. Ze zijn wat bang om het aan te pakken. Als ik dan de reacties van de programmamakers zie dan vind ik het vooral een 'ik kijk alleen in mijn eigen binnenzak'-politiek. Zo'n staking, wat wil je er in godsnaam mee? Het is gek dat er zo veel aandacht naar Hilversum gaat terwijl er voldoende concurrentie is. Als je de liberalisering doortrekt dan zou je zeggen dat er genoeg omroepen zijn die een gedeelte van dat werk kunnen overnemen. Prima, schaf het derde kanaal dan maar af, geef meer geld aan de regionalen en zorg dat zij dat werk overnemen. Wij zijn namelijk veel publieker dan de gemiddelde landelijke omroep. Simpele verstrooiing als Lingo en dergelijke hebben wij niet."

#### Archief

Het mooie aan L1 vindt Vroemen het feit

dat de omroep erg daadkrachtig is: "Als we op maandag iets willen dan is het bij wijze van spreken op vrijdag uitgevoerd. Zelf heb ik bijvoorbeeld ook een hele autonome positie. Natuurlijk heb ik te maken met budgetten en een begroting, maar ik ben wel vrij om te kiezen voor apparatuur 'A', 'B' of 'C.'" Ook het project om alle audio te digitaliseren tot een fraai archief vindt Vroemen mooi: "Een project waar we al vanaf 1998 mee bezig zijn. Alle audio vanaf 1945 tot nu komt zo digitaal beschikbaar. Alles is bewaard gebleven. Zo hebben we nu bijvoorbeeld de bevrijding van Maastricht digitaal voor handen. Als er bijzondere dingen spelen, zoals bij de dood van Toon Hermans bijvoorbeeld het geval was, dan merk je pas hoe rijk het archief is. Op den duur willen we dat hele archief ook via internet beschikbaar gaan stellen."



VAK

# Vereniging voor Audiovisuele Kontakten

De vereniging voor Audiovisuele Kontakten, kortweg de VAK, is in 1991 opgericht door zelfstandige vakmensen uit de AV-branche. Hun bedoeling was de zelfstandige kleine ondernemers in de audiovisuele branche te bundelen, elkaars problemen te bespreken en uiteraard oplossingen te vinden. Een belangenvereniging dus, zonder commercieel oogmerk of winstbejag.

de **VAK**  
vereniging audio-visuele kontakten



Evan Durlacher

"De vereniging werd vijftien jaar geleden opgericht door cameraman Rob IJsbrandy. We vieren nu dus eigenlijk ons vijftienjarig bestaan, een goed moment voor mij om gezien mijn gevorderde leeftijd terug te gaan treden als 'first man' van de VAK", vertelt Evan Durlacher. "Het oprichten van de VAK was een gevolg van de op dat moment dreigende navorderingen door de Bedrijfsvereniging cq Belastingdienst van zogenaamde niet afgedragen premies voor de sociale voorzieningen. Het was

destijds niet duidelijk wie er eigenlijk zelfstandig ondernemer was en als zodanig door de Belastingdienst werd erkend. Ook opdrachtgevers werden belaagd."

## OVAV

De vereniging begon met zo'n vijftien leden. Durlacher: "Opdrachtgevers hebben in nauwe samenwerking met de VAK maanden overlegd hoe zekerheid vóóraf te krijgen was omtrent die zelfstandigheid. Overleg dat bekrond werd met het fenomeen OVAV, de ondernemersverklaring Audio-Visueel. Het GAK werd belast met de controle daarop. De instelling van de OVAV bracht een grote groei met zich mee, waardoor het ledental kon stijgen tot circa tachtig leden." De doelstelling was feitelijk de individuele behartiging van de belangen der leden. Dit werd gerealiseerd door deel te nemen aan besprekingen over voorwaarden met diverse instanties, zoals de Bedrijfsvereniging en het GAK en later met Ministeries (Financiën en OCW). Ook overleg met opdrachtgevers en andere verenigingen stond regelmatig op de agenda.

## Overleg

De VAK groeide uit tot een gerespecteerde vereniging die daadwerkelijk opkomt voor de belangen van haar leden en ook regelmatig contact onderhoudt met andere brancheorganisaties, het Platform Zelfstandige Ondernemers en verschillende instanties. "In het huidige werkklimaat ontstond nog een andere vereniging met nagenoeg hetzelfde doel, de VCB (zie ook in de vorige uitgave van AV & Entertainment Magazine, red.)", vertelt Durlacher. "Momenteel is er collegiaal overleg om een stringente samenwerking te realiseren. Eén van de verwachtingen daarvan is natuurlijk een sterkere positie in de uiterst moeilijke audiovisuele markt te verwerven. Niet zozeer in het verkrijgen van opdrachten, maar wel in het overleg met opdrachtgevers. Voorbeeld daarvan zijn de besprekingen met de Publieke Omroep over de eenzijdige verlaging van de tarieven voor de freelancers, welke nog steeds niet netjes zijn afgerond."

## Mediabeleid

"Het huidige mediabeleid is onduidelijk, zo niet wazig", meent Durlacher. "Toch zal bij het tot stand komen van programma's steeds een crew van geroutineerde vakmensen aanwezig moeten zijn. Zij zijn toch de meedenkende en ervaren realisatoren die juist door die ervaring en betrokkenheid de kwaliteit van de programma's op een hoog peil kunnen houden. Het besef dat de kwaliteit een prijs heeft is echter bij de Publieke Omroep blijkbaar verloren gegaan in de strijd om de beste baantjes te behouden."

Meer informatie via [www.vak.nl](http://www.vak.nl)

## De doelstellingen van de VAK

- Eenheid en een professionele instelling van de kleine zelfstandige ondernemers in hun bedrijfsvoering en hun positionering naar opdrachtgevers.
- Opheffen van de zware druk op de prijzen van de 'dienstverlening door audiovisuele zelfstandigen' en het voorkomen van prijsbederf door dit zowel onderling als ook naar de opdrachtgevers te bespreken.
- Een behoorlijke betalingsregeling en verbetering van arbeids-, contract-, en randvoorwaarden, onder andere door het navolgen van het 'Arbeidstijden en Toeslagenadvies'.
- Aanvaarding van de Algemene Voorwaarden, welke door de NBF en de VAK gezamenlijk werden opgesteld en aan de AV-branche als standaard worden aangeboden.