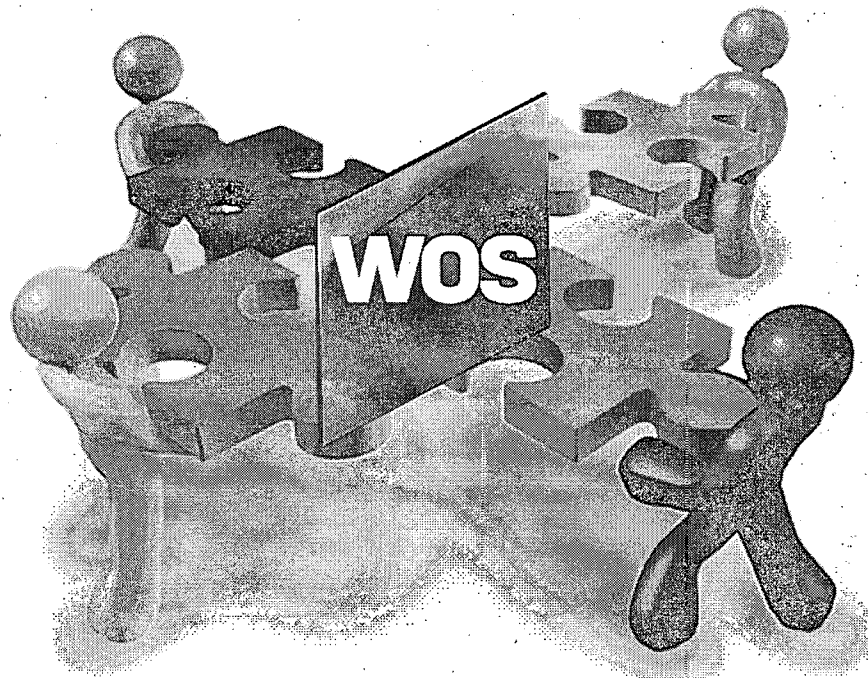


WOS Media

Op weg naar 2020!

Midden-Delfland

Hoek van Holland



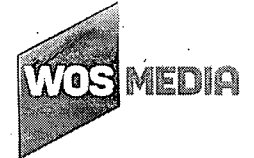
Maassluis

Westland



2015-11459 (BIJLAGE)

Inhoudsopgave



	Pagina
1. Inleiding	2
2. De missie, kernwaarden en visie van WOS Media	4
3. Ontwikkelingen in de nieuwsvoorziening	5
4. Focusgebieden WOS Media naar 2020	6
5. Concrete doelen 2015-2020	9
6. Financiën	10
7. Meerjarenbegroting 2015-2020	11

1. Inleiding (1)

WOS Media is met haar televisiekanaal, radiozender en internetsite niet meer weg te denken uit de regio. Daar is de afgelopen jaren hard voor gewerkt. Met een mooi resultaat: WOS Media is in 2014 uitgeroepen tot beste lokale omroep van Nederland. Een resultaat waar wij zelf en onze partners trots op zijn! In 2014 heeft WOS Media voor het eerst positieve cijfers laten zien.

Maar dat is geen reden om achterover te leunen. Het medialandschap verandert erg snel. WOS Media zal alles op alles moeten zetten om de belangrijke rol die het nu speelt, te blijven spelen. In dit document beschrijven wij hoe WOS Media in toekomst dé toonaangevende omroep voor de regio blijft.

Met veel kunst- en vliegwerk en de tomeloze inzet van de betrokken medewerkers en vrijwilligers is de WOS uitgegroeid tot wat het nu is. De basis is op dit moment erg smal. De redactie is te afhankelijk van vrijwilligers. De hoofdredacteur werkt nu vrijwillig fulltime voor WOS Media. Ook onze acquisitie afdeling is te klein. Bij langdurige uitval van mensen komt de toekomst van onze omroep in het geding. De radioafdeling wordt gerund door één betaalde kracht. We zijn erg afhankelijk van een kleine groep gepassioneerde medewerkers.

Om voorop te kunnen blijven lopen in het veranderende medialandschap en een stabiele organisatie op te bouwen, is een stabiele basis nodig. Om op technologisch gebied bij te blijven, zijn we nu te afhankelijk van fondsen als: Loswal de Bonnen, Fonds Westland en het Coöperatiefonds van de Rabobank.

De steun van founding partners, te weten Gemeente Midden-Delfland, Gemeente Maassluis, gebiedscommissie Hoek van Holland en zeker niet als minste Gemeente Westland, is nu meer dan ooit nodig. Dit hebben wij in hoofdstuk 6 en 7 toegelicht.

WOS Media in cijfers in 2015

WOS TV: 100.000 kijkers per week
WOS.NL: 57.500 bezoekers per week
WOS Radio: 36.000 luisteraars per week
Uitzending Gemist: 1.700 per week

Twitter @wosnieuws: 13.000 volgers
Twitter @wosmedia: 2.200 volgers
Facebook WOS Media: 1.900 likes

Aantal werknemers: 10
Aantal vrijwilligers: 120

WOS Media in cijfers in 2020

WOS TV: 115.000 kijkers per week
WOS.NL: 100.000 bezoekers per week
WOS Radio: 60.000 luisteraars per week
Uitzending Gemist: 5.000 per week

Twitter @wosnieuws: 20.000 volgers
Twitter @wosmedia: 10.000 volgers
Facebook WOS Media: 6.900 likes

Aantal werknemers: 14
Aantal vrijwilligers: 120

1. Inleiding (2)

Hoe kan de toekomst eruit zien?

Volgens trendwatcher zou de toekomst er als volgt uit kunnen zien...

Een trend die de komende 10 jaar door trendwatchers wordt verwacht, is dat alles naar je toe komt. Digitale schermen (tablets of smartglasses) worden steeds belangrijker, zijn in heel je woning te vinden en kunnen steeds meer. Dat wordt het belevingsplatform genoemd. Geur, smaak, temperatuur, stemming, locatie en leefstijl worden steeds belangrijker. Media spelen hierin een belangrijke rol. Het grote verschil met nu, is dat de consument straks niet meer alleen 'consumeert' (dus: luistert naar wat er nu toevallig is en wat er nu toevallig op tv is), maar dat de consument zelf beslist wat hij op wel moment bekijkt/beluistert/leest. Ook zal interactie steeds belangrijker worden: de consument geeft zijn mening, reageert en beïnvloedt het 'programma'.

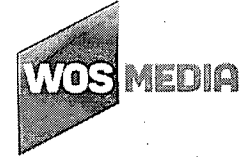
Het aanbod dat de WOS nu biedt, zal zeker waardevol blijven voor inwoners uit deze regio. De manier waarop dit wordt aangeboden zal echter veranderen. De komende 10-15 jaar zullen we veel minder gebruik maken van traditionele kanalen (radio en tv) en kijken we non-lineair.

Alles wordt persoonlijk gemaakt en aanbod wordt volledig afgestemd op onze leefomgeving. Voorbeeld: je komt thuis en je belevingsplatform weet dat je 2 uur hebt, want in je Facebook-agenda staat dat je om 21.00 uur een feestje hebt met als thema dance. Hij weet ook dat je graag politiek nieuws volgt en heeft daarom 4 landelijke radiofragmenten klaar staan over politiek, 2 lokale items over politiek (van de WOS!) en hij zet er zelf al wat dancehits bij om in de stemming te komen. Uiteraard laat hij je op je mega tv-scherm in de huiskamer nog wat nationale en lokale tv-fragmenten zien (ook WOS!) en weet hij dat een aantal vrienden van je zijn 'getagt' in de groetjes van Zomaar Zomer (WOS!), die schotelt hij je dus ook voor, net zoals dat hilarische clipje wat de hele wereld overging vandaag. Ondertussen staan er wat artikelen voor je klaar die je kunt lezen.

Je kiest zelf de items uit en betaalt per content (er wordt ook voorspeld dat je per uur gaat betalen). Je moet nog eten, dus stellen thuisbezorgd.nl en Appie (je persoonlijke boodschappen-assistent) nog wat gerechten voor die ze kunnen bezorgen, precies in de tijd die jij nog over hebt. Handig daarbij is dat de koelkast ook op je systeem is aangesloten, dus het platform weet je in voorraad hebt! Overigens heeft de techniek aan je lichaamstemperatuur (via je handen) gemeten dat je het koud hebt en schroeft automatisch de verwarming iets op en wordt het licht in je huis afgestemd op de situatie.

Tussendoor krijg je nog een videocall van een vriend, die je tevens op jouw scherm mee laat kijken naar een opmerkelijk voetbalfragment terwijl je vers gras ruikt door de installatie in je huis. Overigens krijg je ook de laatste familieberichten voorgeschoteld (ook WOS!). Het is 20.45 uur, de taxi is voor je via Uber geregeld.

2. De missie, kernwaarden en visie van WOS Media



De **missie** van WOS Media is als volgt gedefinieerd:

WOS Media is dé onafhankelijke lokale omroep in de regio Westland, Maassluis, Midden-Deffland en Hoek van Holland.

Wij richten ons op het voor, over en met de inwoners in de regio maken en verspreiden van maatschappelijk relevante actualiteiten, informatie en amusement. Interactie met inwoners speelt hierbij een belangrijke rol. Hiervoor benutten wij al onze ten dienst staande kanalen, wij zijn hét media platform voor de regio.

Op basis van de missie zijn de volgende **kernwaarden** gedefinieerd:

- Alles wat we doen heeft een binding met de regio
- Alles wat we doen is interessant voor de regio
- We zijn trots op de regio
- Er is veel interactie met inwoners uit de regio

Al onze medewerkers kennen de missie en kernwaarden, stralen dit uit en handelen er continu naar.

Visie

WOS Media is een modern mediabedrijf dat inspeelt op de technologische en maatschappelijke ontwikkelingen in haar regio binnen alle relevante wettelijke kaders. Met haar producten levert WOS Media een bijdrage aan de maatschappelijke betrokkenheid in de regio.

Onze medewerkers en vrijwilligers zijn volwassen professionals, goed opgeleid en zich bewust van de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de omroep en de financiële afhankelijkheid van subsidies, reclame inkomsten en financiering door derden. Overigens is er journalistiek geen enkele afhankelijkheid, de hoofdredactie opereert volledig onafhankelijk.

De organisatie opereert vanuit een continu kostenbewustzijn, met oog voor de belangen van de omroep als geheel.

3. Ontwikkelingen in de nieuwsvoorziening

3.1 Burgerjournalistiek

Door zaken als Twitter, Facebook en YouTube, wordt het voor iedereen steeds makkelijker om "nieuws" te maken. Zo zijn bij grote ongelukken "gewone burgers" vaak veel eerder ter plaatse dan journalisten. Het nieuws verspreidt zich snel. Hierdoor treedt ook in bepaalde mate vervlakking op. Velen proberen snel te 'scoren' met foto's van ongelukken.

Door de ontwikkeling van de smartphones zullen ook "amateurbeelden" van vrijwilligers of ooggetuigen steeds vaker gebruikt kunnen worden door WOS Media, er is hier sprake van interactie tussen inwoners en WOS Media. WOS Media zal steeds de journalistieke waarde blijven toetsen.

3.2 WOS Media: verdieping in het nieuws

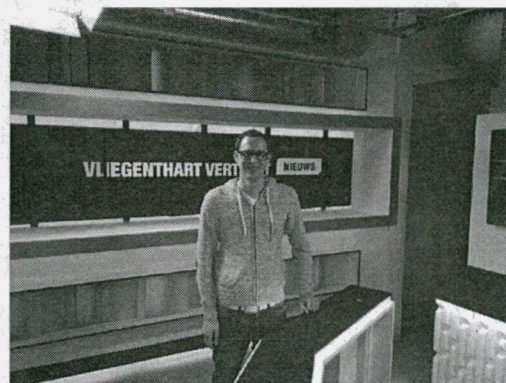
De consument blijft behoefte houden aan nieuws met 'verdieping'. Nieuws waar onderzoek voor nodig is, nieuws waarvoor stukken van gemeenteraden grondig voor zijn gelezen, nieuws waarbij de juiste vragen gesteld zijn. Daar ligt de toekomst voor WOS Media.

Door dit nieuws te brengen, blijft WOS Media interessant voor de inwoners. Bovendien blijft WOS Media hierdoor haar controlerende functie voor o.a. de politiek houden.

Kranten krijgen het de komende jaren nog moeilijker. Met name door internet, hebben steeds minder mensen behoefte aan een abonnement op een papieren krant. De controlerende functie die de pers heeft voor bijvoorbeeld de gemeentepolitiek, wordt steeds minder. WOS Media wil graag deze belangrijke taak blijven vervullen.

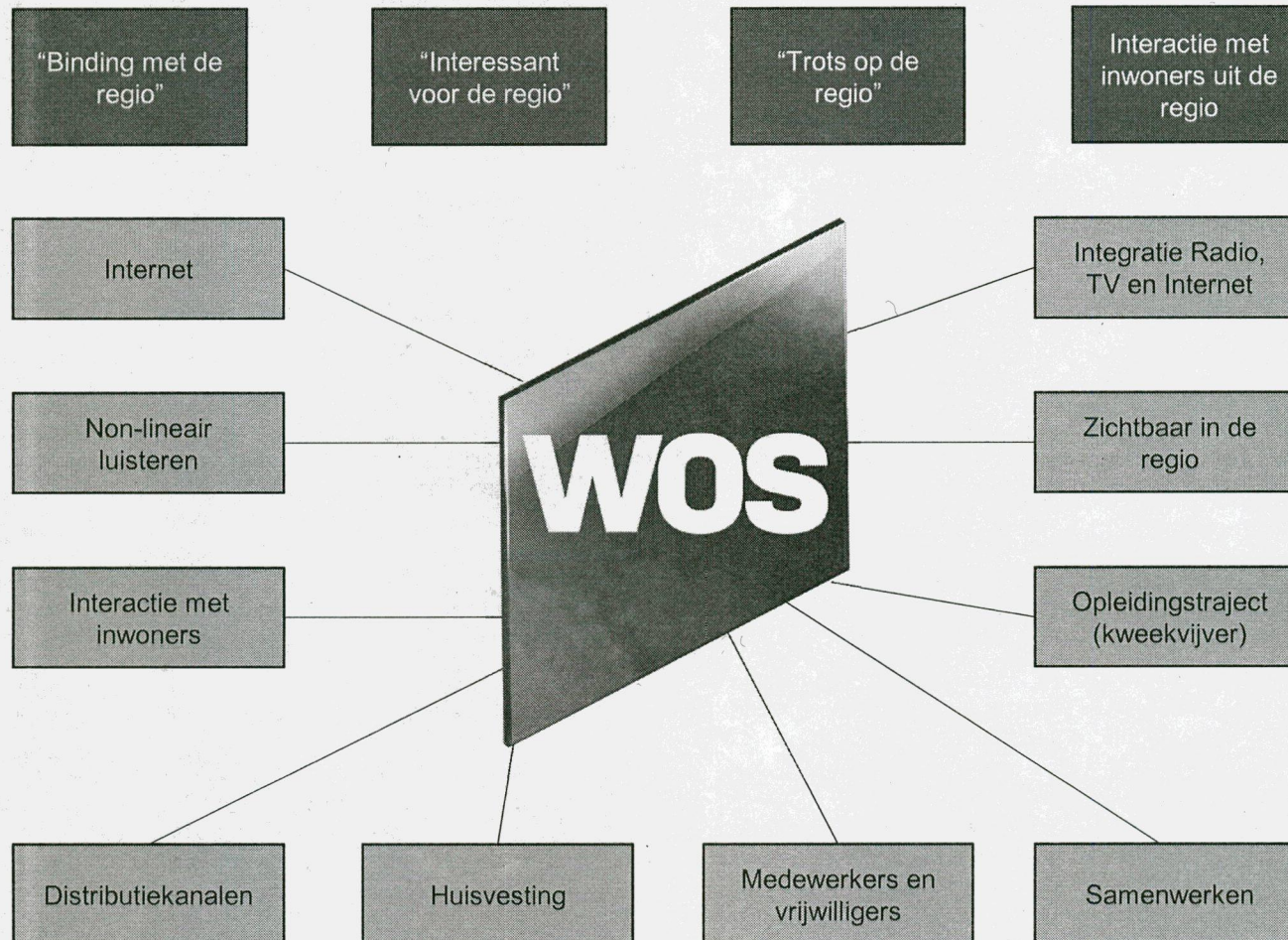
3.3 Laagdrempelig nieuws en sport

Inwoners zijn ook geïnteresseerd in laagdrempelig nieuws. Berichten met foto's van ongelukken worden veel bekeken. Om een volwaardig nieuwsmidium te zijn, zal WOS Media ook dit nieuws moeten brengen. Ook het brengen van sportnieuws is van groot belang.



Mogelijk decor voor gepresenteerd nieuws

4. Focusgebieden WOS Media naar 2020 (1)



4. Focusgebieden WOS Media naar 2020 (2)

4.1 Internet

Internet speelt in 2020 een nog veel grotere rol spelen dan in 2015. WOS.NL en de WOS App gaan mee met de tijd en lopen voorop. We houden daarom de trends goed in de gaten. We hebben dan ook een totaal vernieuwde website die zeer innovatief is. Ook qua redactiesysteem lopen we voorop. Video, foto en audio spelen daarbij een cruciale rol. De kijker moet naar onze site en de App willen komen, de eerste gedachte bij regionieuws zou de link met de WOS moeten zijn.

4.2 Non-lineair kijken en luisteren

Tussen 2015 en 2020 vindt er een grote verschuiving plaats van 'lineair luisteren' (luisteren naar wat er nu op de radio is), naar 'non-lineair' luisteren (luisteren naar gewenste items en muziek op het moment dat luisteraars dat zelf willen). Op TV worden uitzending gemist en 'vooraf kijken' steeds belangrijker.

WOS Media biedt vooral platforms waar alle items van WOS Radio en alle televisieprogramma's te bekijken en beluisteren zijn op het moment dat de kijker/luisteraar dat wil. Dit is mogelijk via internet, app, Spotify en een aantal technieken die in 2015 nog moeten worden ontwikkeld. Mogelijk kan een luisteraar in Spotify zelf een playlist over een bepaald onderwerp samenstellen.

4.3 Interactie met inwoners

Interactie met inwoners is steeds belangrijker. Vroeger 'consumeerde' de consument de programma's op radio en televisie. Via social media en op andere manieren heeft de consument steeds meer invloed. De integratie van social media in radio en televisie programma's is essentieel. Voor de nieuwsgaring wordt steeds meer gebruik gemaakt van smartphones van burgers die foto's en filmpjes naar WOS Media sturen. De inwoners zijn de 'ogen en oren' van WOS Media. Inwoners weten ons te vinden met nieuws en andere wetenswaardigheden.

WOS Media beschikt over een uitgebreid 'correspondentennetwerk' met vertegenwoordigers uit allerlei stromingen: (sport)verenigingen, scholen, beroepsgroepen e.d.

Er zijn klantenpanels ontwikkeld. De panels toetsen de content die WOS Media biedt. De klantenpanels zijn een afspiegeling van de bevolking van het verzorgingsgebied.

4.4 Distributiekkanalen

Om haar rol goed te kunnen vervullen, is WOS Radio in 2020 behalve via de FM, ook via DAB+ te beluisteren. Ook is WOS Radio te beluisteren via een App, internet en via andere digitale kanalen. Mogelijk ook via Spotify of een opvolger daarvan. De ontwikkelingen gaan snel, mogelijk bestaat er in 2020 een belangrijk distributiekanaal dat in 2015 nog niet bestaat.

WOS TV is in 2020 te zien via alle aanbieders in de regio. Er wordt steeds meer via internet gekeken. WOS Media houdt deze ontwikkelingen goed in de gaten.

4.5 Integratie radio, televisie en internet

WOS Radio, WOS TV en WOS.NL zijn in 2020 naar elkaar toegegroeid. Vrijwel alles wat gemaakt wordt, wordt voor zowel radio, TV als internet gemaakt.

4.6 Zichtbaarheid in de regio

Alle kanalen van WOS Media zijn volop zichtbaar in de regio, bij diverse doelgroepen, van jong tot oud. Er zijn regelmatig locatie uitzendingen. Bij alle belangrijke evenementen in de regio is WOS Media aanwezig. Ook is WOS Media zichtbaar op social media en via andere kanalen in de regio. De naamsbekendheid is op dit moment 98%. In 2020 zal dit minstens zo hoog zijn.

4. Focusgebieden WOS Media naar 2020 (3)

4.7 Opleidingstraject voor jonge radio- en televisiemakers

WOS TV is een opleidingsinstituut voor jonge, enthousiaste TV-makers. Deze jongeren worden goed begeleid en zien WOS TV als een springplank voor een carrière in medialand. WOS Radio biedt een kweekvijver voor jong radiotalent. Ons doel is dat de 'Edwin Evers' van 2025, bij WOS Radio is opgeleid.

4.8 Medewerkers

WOS Radio en WOS TV worden gemaakt door een beperkt aantal betaalde krachten en een team vrijwilligers.

Om de medewerkers te laten 'groeien en bloeien', biedt WOS Media voor haar medewerkers de juiste faciliteiten en investeert WOS Media in de ontwikkeling van haar medewerkers. Wij geloven in het vakmanschap en de ambities van onze medewerkers. De leidinggevenden worden gestimuleerd de medewerkers on-the-job te laten leren en te ontwikkelen. Daarnaast worden zowel functiegerichte opleidingen als opleidingen ter ondersteuning van persoonlijke en leiderschapsontwikkeling aangeboden.

WOS Media maakt veelvuldig gebruik van freelancers. Deze worden op projectbasis ingehuurd. Door te werken met een vaste poule freelancers, 'voelen' deze zich verbonden met WOS Media en haar normen en waarden.

Naast betaalde krachten en vrijwilligers, werkt WOS Media ook met een grote groep *correspondenten*. Dat zijn vertegenwoordigers van allerlei organisaties en (sport)verenigingen. Zij zijn geen medewerker van WOS Media, maar 'voelen' zich wel vertegenwoordiger. De correspondenten worden gebeld als er iets speelt én vertegenwoordigen WOS Media in hun organisatie.

4.9 Huisvesting

In 2020 beschikt WOS Media over een eigen pand aan de Van der Kest Wittenstraat 7 in 's Gravenzande. Naast de primaire werkzaamheden, wordt dit pand geschikt gemaakt voor de huisvesting van een regionaal mediacentrum. Het pand is uitgegroeid tot het communicatiehuis van de regio.

4.10 Samenwerken

WOS Media werkt meer samen met regionale omroepen en bundelen de krachten met gedrukte media. Hierdoor blijft de journalistiek geborgen.



5. Concrete doelen 2015-2020

Onderstaand per pijler de zaken die in 2020 gerealiseerd zijn.

5.1 Internet

- ▣ Live-scherm op de redactie om populariteit berichten en sociale media (boards) te meten, zodat je kunt volgen waar mensen op klikken én hier actief op sturen
- ▣ Nieuws aanleveren bij bedrijven via tickertape/tekst-tv die vanuit onze website komt
- ▣ Familiepagina
- ▣ Vacaturepagina
- ▣ Businesspagina
- ▣ Geautomatiseerd nieuwsbrief/leden-systeem

5.2 Radio

- ▣ WOS Radio bereikt elke week 60.000 luisteraars, er wordt wekelijks 2.000 keer geluisterd naar online fragmenten.
- ▣ WOS Radio is te ontvangen via alle kanalen (FM, DAB+, Internet, App e.d.).
- ▣ Alle items en programma kunnen non-lineair worden beluisterd, via verschillende kanalen.
- ▣ De content die wordt gemaakt, wordt voor zowel radio, televisie als internet gebruikt.
- ▣ WOS Radio heeft een opleidingsfunctie voor jonge talentvolle radiomakers.
- ▣ WOS Radio beschikt over een moderne, digitale studio, met 'visual-radio' mogelijkheden.

5.3 Televisie

- ▣ WOS TV bereikt elke week 115.000 kijkers, er wordt minimaal 5.000 keer per week gekeken naar uitzending gemist.
- ▣ WOS TV is te ontvangen via alle telecom aanbieders in de regio (Caiway, UPC, KPN, Digitenne), op een laag kanaal (b.v. Caiwaykanaal 12)
- ▣ Alle items en programma kunnen non-lineair worden beluisterd, via verschillende kanalen.
- ▣ De content die wordt gemaakt, wordt voor zowel radio, televisie als internet gebruikt.
- ▣ WOS TV is een opleidingsinstituut voor jonge talentvolle camera journalisten.
- ▣ WOS TV beschikt over een eigen televisiestudio, waar (live) programma's worden gemaakt.

5.4 Medewerkers

- ▣ WOS Media is heel aantrekkelijk voor jonge, talentvolle inwoners, die hun toekomst zoeken in de wereld van radio, televisie, internet en journalistiek.

5.5 Klantpanels

- ▣ WOS Media heeft klantenpanels ontwikkeld. Deze beoordelen – naast het PBO – de content die WOS Media biedt.

6. Financiën

6.1 Commerciële inkomsten

Creativiteit en innovatie zijn de toverwoorden als het gaat om het binden van adverteerders aan WOS Media. Een crossmediale aanpak is cruciaal. We bieden meer dan alleen zendtijd in de reclameblokken, er worden steeds meer concepten verkocht.

In 2020 is een automatiseringsslag gerealiseerd, waarbij klanten zelf kunnen inloggen in een digitale omgeving en hun campagnes kunnen bekijken, media-informatie kunnen vinden en eventueel zelf commercials kunnen inplannen en aanpassen.

Steeds meer inkomsten worden gegenereerd uit het mediaplatform WOS.NL. Dit is een platform waar men 'alle' lokale informatie kan vinden. Van nieuws tot familieberichten en van items gemist tot pagina's van verenigingen.

Er is inzicht in wie onze 3 miljoen bezoekers zijn, zodat campagnes bij WOS Media optimaal passend bij de doelgroep van de campagne worden ingezet. Met deze informatie promoten we ook onszelf als merk.

Er is een digitaal (betaald) platform ontwikkeld voor verenigingen. Voorbeeld: elke sportvereniging krijgt een pagina waar content te vinden is die de vereniging zelf voedt, gecombineerd met items (beeld en geluid), standen en de agenda.

Traditionele reclame is in de hele mediawereld nog slechts een klein deel van het totaal. Naar verwachting komt in 2020 30 tot 40 procent van de inkomsten uit internet, in 2015 was dat nog 7,5 procent.

We bieden concepten aan waarin spot en non-spot elkaar versterken en waarbij alle WOS-kanalen en andere media worden ingezet. Op deze manier helpen we de klant met een volledige campagne. Dat vinden klanten prettig en ze hebben maar met één aanspreekpunt te maken waarmee ze de campagne hebben ontwikkeld.

WOS Media adviseert haar klanten steeds breder en brengt ondernemers, zowel uit de media als buiten de media, bij elkaar.

In 2020 betalen klanten ook voor specifieke content van WOS Media (denk aan Blendle, Netflix of Spotify).

Op commercieel gebied zal WOS Media samenwerken met diverse partners om gebruik te maken van elkaars netwerk en kennis.

6.2 Ondersteuning door gemeenten

Om voorop te kunnen blijven lopen in het veranderende medialandschap en een stabiele organisatie op te bouwen, is een stabiele basis nodig. WOS Media kan in 2020 niet bestaan van alleen commerciële inkomsten.

In het kader van de financiering is het convenant tussen de VNG en de OLON (de overkoepelende organisatie voor lokale omroepen) van belang. Hierin staat dat de gemeente, die de zendmachtiging toewijst aan de omroep, zorgplicht heeft voor de omroep. Volgens de richtlijnen in het convenant bedraagt de subsidie 50% van de lasten van een lokale omroep voor het lokaal toereikend media aanbod. Bijvoorbeeld: RTV Maastricht met 119.000 inwoners, ontvangt een subsidie van € 440.000, exclusief gemeenteprogramma's zoals bij ons bijvoorbeeld Westland Report. Uit een rondgang langs andere lokale omroepen bleek dat veel lokale omroepen een beroep doen op ondersteuning van de gemeente in de omvang die het convenant als richtlijn hanteert.

De steun van founding partners, te weten de Gemeente Midden-Delfland, de Gemeente Maassluis, de gebiedscommissie Hoek van Holland en zeker niet als minste de Gemeente Westland, is meer dan ooit nodig. In hoofdstuk 7 - meerjarenraming - is inzichtelijk gemaakt hoe de baten en lasten zich naar verwachting ontwikkelen in 2015-2020. Hieruit blijkt welke steun de WOS Media nodig heeft van de founding partners om dit visieplan te realiseren. Door de commerciële inkomsten die WOS Media zelf genereert is de benodigde ondersteuning van de gemeenten lager dan de bovengenoemde 50% van de lasten.

7. Meerjarenbegroting 2015-2020 (1)

Belangrijkste uitgangspunten meerjarenbegroting:

Met ingang van 1 april 2015 komt een extra accountmanager in dienst, die een belangrijke bijdrage gaat leveren aan de stijging van de opbrengsten radio en TV. Na indiensttreding in 2016 van een hoofdredacteur bedraagt het aantal medewerkers 11. Een verdere toename van het aantal werknemers is niet begroot. Het aantal vrijwilligers zal toenemen.

Het bedrijfspand aan de Van der Kest Wittensstraat te 's-Gravenzande wordt naar verwachting per 1 juli 2015 gekocht van de gemeente voor nul euro. Het kinderdagverblijf zal dan gaan huren van de WOS. De WOS wordt verantwoordelijk voor het groot onderhoud aan het bedrijfspand, hiermee is rekening gehouden in de begroting.

De afschrijvingslasten zijn gebaseerd op een investeringsbegroting waarin rekening is gehouden met jaarlijkse vervangingsinvesteringen van apparatuur en installaties, alsmede verbouwing in verband met herinrichting van het pand (communicatiehuis en studio). Er is geen rekening gehouden met mogelijke investeringssubsidies.

Op basis van het OLON/VNG convenant is er een aanvullende ondersteuning berekend. Deze ondersteuning samen met de subsidie, is een jaarlijks subsidiebedrag per inwoner waarvoor je niet eens 1 zaterdagkrant koopt.

Globale verdeling aanvullende ondersteuning over gemeenten op basis van inwonertal

	%	EUR
Gemeente Westland	63%	126.000
Gemeente Midden Delfland	11%	22.000
Gemeente Maassluis	20%	40.000
Gebiedscommissie Hoek van Holland	6%	12.000
	100%	200.000

7. Meerjarenbegroting 2015-2020 (2)

	Werkelijk 2013	Voorlopig werkelijk 2014	Herziene begroting 2015	Begroting 2016	Begroting 2017	Begroting 2018	Begroting 2019	Begroting 2020
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Baten								
Gemeentelijke subsidies	32.081	95.983	84.250	84.250	84.250	84.250	84.250	84.250
Opbrengsten radio en TV bedrijven	451.568	407.750	450.000	500.000	550.000	575.000	600.000	600.000
Opbrengsten radio en TV gemeenten en prov. ZH	198.322	219.534	200.000	205.000	210.000	220.000	220.000	225.000
Bartering baten	67.489	83.416	49.500	41.000	41.000	41.000	41.000	41.000
Overige baten	10.810	4.825	7.300	12.300	12.300	12.300	12.300	12.300
Totale baten	760.270	811.508	791.050	842.550	897.550	932.550	957.550	962.550
Lasten								
Salarissen en sociale lasten	395.984	326.109	396.700	468.000	472.000	476.000	481.000	484.000
Overige personeelslasten	21.499	25.929	28.700	31.300	32.100	33.900	35.400	36.000
Afschrijvingen materiële vaste activa	45.102	42.895	58.500	74.100	76.900	89.900	96.700	104.300
Programmakosten radio en TV	156.269	209.251	230.000	240.000	260.000	280.000	300.000	300.000
Facilitaire lasten	61.639	69.158	92.500	78.500	80.800	82.100	83.400	84.700
Huisvestingskosten	59.313	44.041	57.500	62.000	62.400	62.700	63.000	63.300
Verkoopkosten	32.871	6.119	12.100	12.100	12.200	12.300	12.300	12.400
Autokosten	34.638	34.312	34.500	37.000	37.100	37.200	39.200	39.300
Kantoorkosten	32.428	31.041	35.800	36.300	37.000	37.600	37.800	37.900
Algemene kosten	28.761	9.561	14.000	10.600	10.700	10.800	10.900	11.000
Totale lasten	868.504	798.416	960.300	1.049.900	1.081.200	1.122.500	1.159.700	1.172.900
Financiële baten en lasten	3.470	1.166	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Resultaat	-104.764	14.258	-168.050	-206.150	-182.450	-188.750	-200.950	-209.150
Aanvullende financiële ondersteuning, afgerond			200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000

WOS Media, zowel nu als straks,

THUIS IN JOUW REGIO

