

Media Insights Analyse

Top 25 Dagattracties

Inhoudsopgave & Leeswijzer

Inhoudsopgave

Algemene Resultaten

Pagina 3

Attractieparken

Pagina 4

Dierentuinen

Pagina 5

Musea

Pagina 6

Overige Dagattracties

Pagina 7

Leeswijzer

Deze Media Insights Analyse geeft de resultaten weer van berichtgeving over De Top 25 Dagattracties in de Nederlandse online media, openbare social media en landelijke en regionale print media in de periode 1 mei t/m 30 juni 2022. Uitgangspunt voor de Top 25 Dagattracties is de lijst zoals deze is opgesteld door Respons Evenementen.

PR-waarde

De Impactwaarde ontstaat door een impactscore toe te passen op de advertentiewaarde. De advertentiewaarde komt voort uit het advertentietarief, de afmeting van het artikel en het geschatte aantal vertoningen van een artikel. De impactscore bestaat o.a. uit het sentiment van het artikel en de brandingwaarde (hoe prominent wordt een dagattractie genoemd).

Potentieel bereik

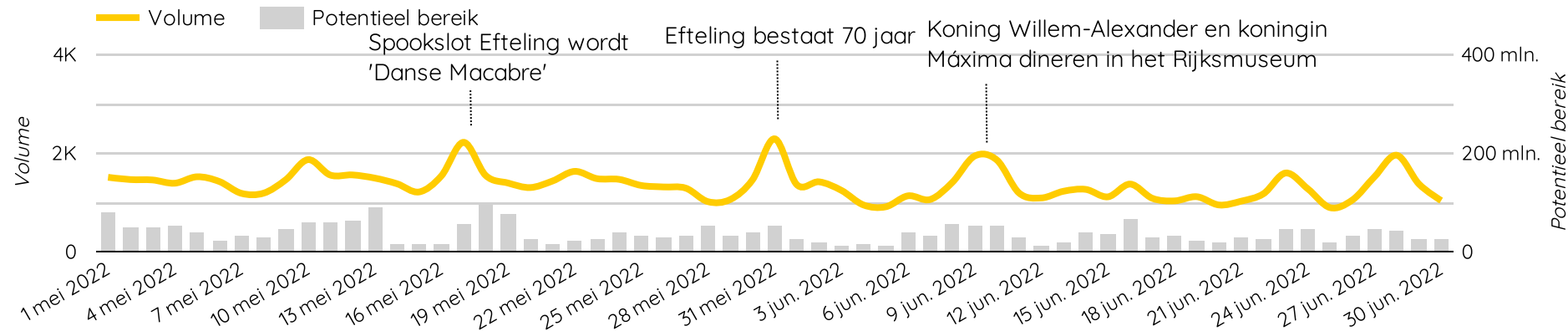
De media berichtgeving is openbare berichtgeving. Dit houdt in dat het daadwerkelijke bereik van de artikelen en items niet bekend is. Daarom wordt gekeken naar het potentieel bereik van de berichtgeving. Dit wordt per mediumtype bepaald door te kijken naar de maatstaf die daar geldt. Voor print media worden de bereikcijfers (niet oplagecijfers) gebruikt die uitgevers rapporteren en voor online redactionele artikelen het geschatte aantal bezoekers van de pagina.

Tone of Voice

De Tone of Voice van een publicatie wordt bepaald door het aantal negatief of positief gekenmerkte woorden rondom de zoekterm te meten. Deze negatief of positief gekenmerkte woorden komen voort uit een woordenlijst van ruim 30.000 woorden.

Dagattracties Algemene resultaten

Trend | Volume & Potentieel bereik



Top 10 Dagattracties | Volume

Efteling	29.902
Rijksmuseum	14.403
Artis	5.964
Keukenhof	4.189
Van Gogh Museum	3.879
Diergaarde Blijdorp	3.770
Toverland	3.670
Walibi Holland	2.791
Zaanse Schans	2.056
Burgers' Zoo	2.047

Top 10 Dagattracties | Potentieel bereik

Efteling	819.457.091
Rijksmuseum	388.789.502
Keukenhof	212.949.679
Artis	190.003.232
Burgers' Zoo	97.109.707
Diergaarde Blijdorp	79.745.258
Walibi Holland	75.133.513
Zaanse Schans	66.951.359
Van Gogh Museum	65.293.811
Anne Frank Huis	56.321.927

Top 10 Dagattracties | PR-waarde

Rijksmuseum	€ 2.500.983
Efteling	€ 2.122.163
Artis	€ 1.254.147
Van Gogh Museum	€ 679.651
Diergaarde Blijdorp	€ 581.290
Burgers' Zoo	€ 466.725
Keukenhof	€ 451.782
Walibi Holland	€ 412.065
Safaripark Beekse Bergen	€ 391.129
Dierenpark Amersfoort	€ 386.929

Media Insights

Het Rijksmuseum en de Efteling vergaren in mei en juni van 2022 verreweg de meeste media-aandacht.

Koning Willem-Alexander en Máxima in het Rijksmuseum

Het Rijksmuseum wordt gedurende de periode 1.618 keer genoemd in redactionele media. Op 9 juni dineren koning Willem-Alexander en koningin Máxima in het Rijksmuseum met kopstukken van de Europese Centrale Bank. Het diner levert het Rijksmuseum publicaties op in o.a. Algemeen Dagblad en Het Financieele Dagblad. Hun artikelen zijn gefocust op de reden waarom het diner plaatsvond in Amsterdam. Entertainment media, zoals Nouveau en Libelle, focussen op de outfit van Máxima tijdens het diner.

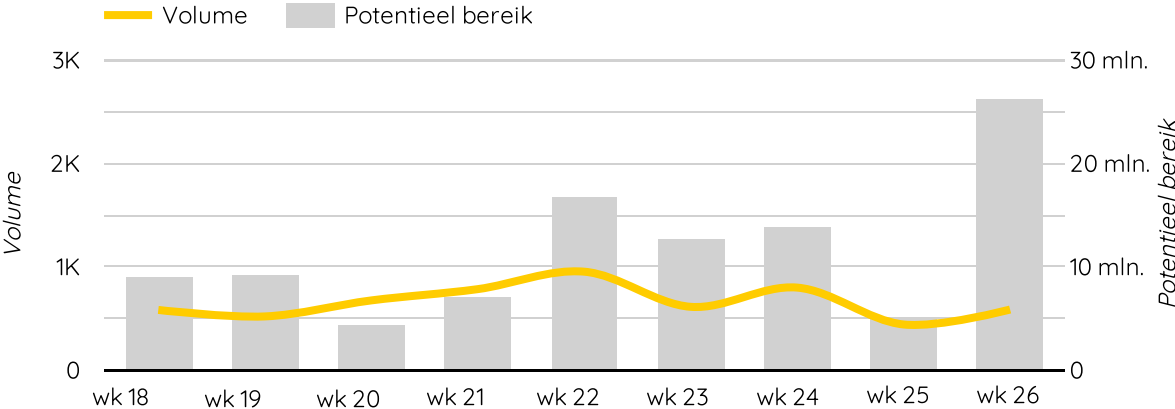
Efteling viert 70-jarig jubileum en nieuwe attractie

De Efteling is op meerdere momenten in de periode groot in het nieuws. Op 17 mei maakt het pretpark bekend dat er in 2024 een nieuw 'huiveringswekkend themagebied' wordt toegevoegd aan het park. In het themagebied draait alles om de nieuwe attractie Danse Macabre. Onder andere Omroep Brabant en Libelle schrijven een artikel over de nieuwe attractie. In de artikelen noemen ze dat het spookslot ruimte moet maken voor Danse Macabre. Dit zorgt voor gemengde gevoelens op social media, waar het verdwijnen van het spookslot wordt betreurd. Het enthousiasme over de nieuwe attractie heeft echter de overhand.

Op 31 mei bestaat de Efteling 70 jaar. Over het 70-jarig jubileum van het pretpark wordt meerdere malen in de geanalyseerde periode gepubliceerd. NOS publiceert een artikel waarin fan van het eerste uur, Dora van de Wouw-Beerens (92), aan het woord is. RTL Nieuws blikt met verschillende bezoekers terug op herinneringen die zij hebben aan de Efteling.

Attractieparken Media Insights

Trend | Volume & Potentieel bereik



Totale Aantallen

Volume
38.473
Potentieel bereik
1.000.149.120
PR-waarde
€ 3.328.342

Media Insights

Van de vijf attractieparken die zijn meegenomen in deze analyse krijgt de Efteling de meeste media-aandacht. Pieken in de media-aandacht zijn te verklaren door de aankondiging van de attractie Danse Macabre en het 70-jarig jubileum van het park.

Wateroverlast zorgt voor een negatief sentiment

Enige negatieve berichtgeving komt voort uit wateroverlast in de Efteling door hevige regenval op 27 juni. Op Twitter posten mensen teleurgesteld over gestopte attracties, uitverkochte ponchos en natte voeten. In De Gelderlander en Brabants Dagblad reageert een woordvoerder van de Efteling dat de regenval voor minder problemen zorgt dan op social media wordt gesteld. *'Een paar collega's zeiden dat er her en der wat putjes over waren gestroomd.'*

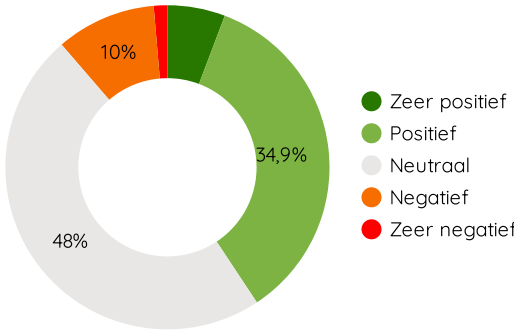
Media-aandacht voor de Efteling en Duinrell door TikTokers

Op 13 mei verschijnen er artikelen in onder andere Algemeen Dagblad, De Stentor en BN De Stem waarin zowel de Efteling als Duinrell worden genoemd. Het onderwerp van de artikelen is het pretparkkanaal Themepark Explorers op TikTok en Instagram, waarop Lars Janssen en Bryan Geraards dagelijks hun bijna twee miljoen volgers meenemen in de meest unieke achtbanen ter wereld. Video's van de Efteling hebben een cultstatus verworven onder hun publiek. Volgens Lars hoort het park de Efteling bij de wereldtop. De jongens zeggen over Duinrell dat zij onlangs twee uur eerder het Tikibad openden zodat ze in alle rust konden filmen. Toverland komt terug op het Instagram-account van de jongens, maar wordt niet genoemd in het artikel.

Algemene resultaten

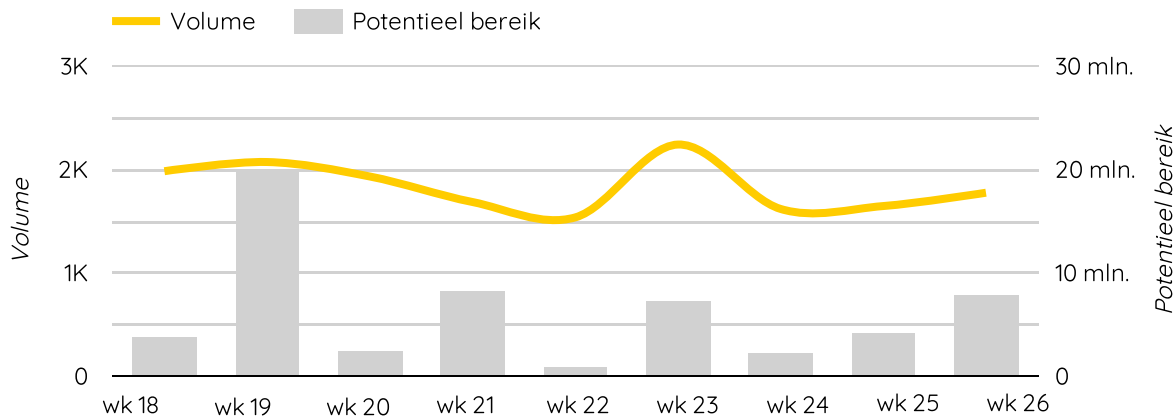
Pretpark ^	Volume	Potentieel bereik	PR-waarde
Attractiepark Slagharen	794	20.501.056	€ 317.067
Duinrell	1.316	50.203.261	€ 205.748
Efteling	29.902	819.457.091	€ 2.122.163
Toverland	3.670	34.854.199	€ 271.299
Walibi Holland	2.791	75.133.513	€ 412.065

Tone of Voice



Dierentuinen Media Insights

Trend | Volume & Potentieel bereik



Algemene resultaten

Dierentuin ^	Volume	Potentieel bereik	PR-waarde
Artis	5.964	190.003.232	€ 1.254.147
Burgers' Zoo	2.047	97.109.707	€ 466.725
Dierenpark Amersfoort	1.619	45.489.169	€ 386.929
Diergaarde Blijdorp	3.770	79.745.258	€ 581.290
Ouwehands Dierenpark	1.202	28.444.946	€ 254.540
Safaripark Beekse Bergen	1.167	31.174.637	€ 391.129
Wildlands Adventure Zoo Emmen	1.089	25.288.308	€ 211.803

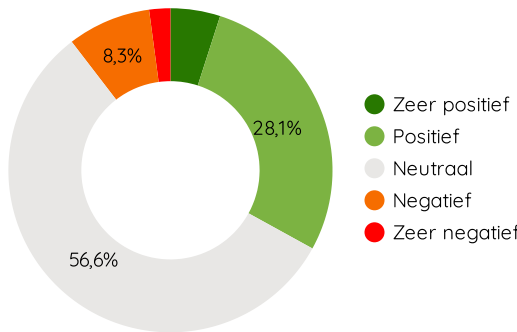
Totale Aantallen

Volume
16.858

Potentieel bereik
497.255.257

PR-waarde
€ 3.546.563

Tone of Voice



Media Insights

Van de zeven geanalyseerde dierentuinen krijgt Artis de meeste media-aandacht. Dit levert ook het hoogste potentieel bereik en PR-waarde op. Diergaarde Blijdorp staat op een tweede plaats en plaats drie gaat naar Burgers' Zoo.

KinderBeestFeest in Artis zorgt voor lokale media-aandacht

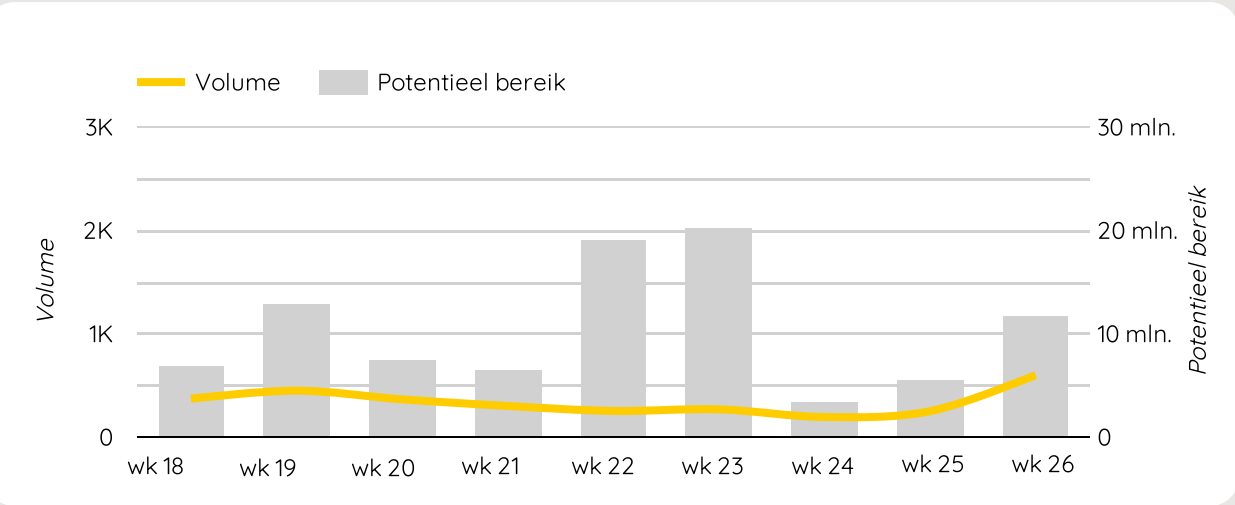
Na twee jaar afwezigheid wordt op 10 juni de actie KinderBeestFeest gehouden. 300 ambulances, brandweerauto's en politiewagens rijden met zwaaiende sirenes door Amsterdam naar Artis om aandacht te vragen voor chronisch zieke kinderen, kinderen met een specifieke zorgbehoefte en kinderen met een beperking. De actie wordt met name lokaal opgepikt. Zo verschijnen er o.a. artikelen van Het Parool, NH Nieuws en AT5. Hoewel een aantal straten rondom Artis worden afgesloten voor al het verkeer, inclusief fietsers, verschijnt er geen negatieve berichtgeving op social media.

Video van springende zeeleeuw uit Diergaarde Blijdorp

Verschillende landelijke nieuwsmedia (o.a. NU.nl en Hart van Nederland) publiceren een artikel over een Californische zeeleeuw in Diergaarde Blijdorp die op 5 mei uit het water springt en deels boven de metershoge ruit van zijn verblijf uitkomt. Een woordvoerder van het dierenpark legt aan attractieparkensite Loopings uit dat de jonge zeeleeuw het aan de stok had met een ouder mannetje. Een video van het voorval wordt ook op het TikTok account van NU.nl geplaatst.

Dieren uit de dierentuin zorgen vaker voor media-aandacht. In juni wordt er een chimpansee geboren in Safaripark Beekse Bergen. Zowel nieuws- als entertainment media (o.a. LINDA, NU.nl en Hart van Nederland) publiceren een artikel over het pasgeboren chimpanseevrouwje.

Trend | Volume & Bereik



Algemene resultaten

Museum ^	Volume	Potentieel bereik	PR-waarde
Amsterdam Museum	1.135	28.534.760	€ 309.873
Anne Frank Huis	532	56.321.927	€ 270.293
Madame Tussauds	589	27.206.321	€ 208.282
Rijksmuseum	14.403	388.789.502	€ 2.500.983
Van Gogh Museum	3.879	65.293.811	€ 679.651

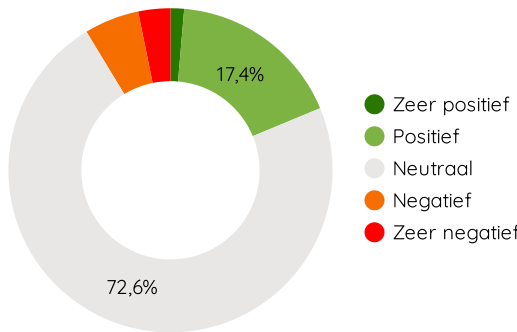
Totale Aantallen

Volume
20.538

Potentieel bereik
566.146.321

PR-waarde
€ 3.969.082

Tone of Voice



Media Insights

In de Top 25 Dagattracties vinden we vijf verschillende musea terug. Het Rijksmuseum, Amsterdam Museum, Anne Frank Museum, Madame Tussauds en het Van Gogh Museum.

Lokale nieuwsbronnen zijn belangrijk voor musea

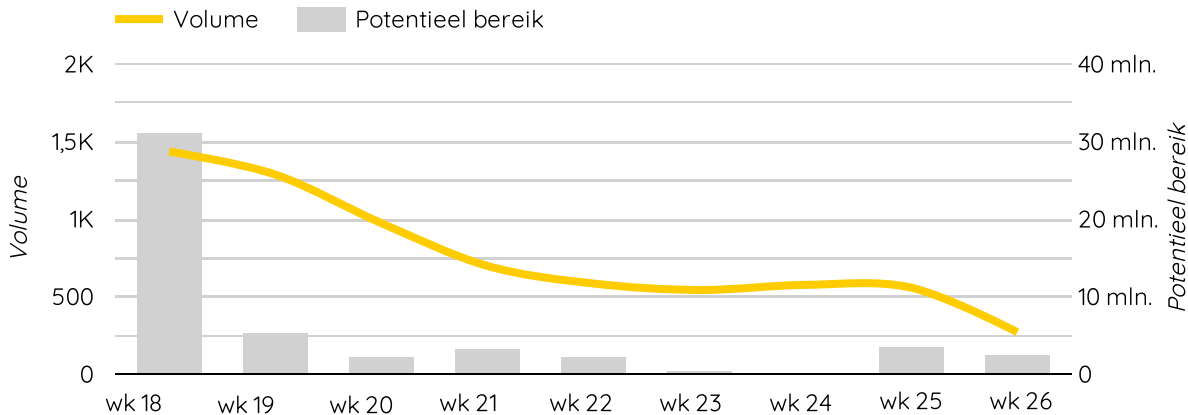
Deze musea uit de Top 25 Dagattracties bevinden zich allemaal in Amsterdam. Dit heeft als gevolg dat lokale nieuwsmedia uit regio Amsterdam, zoals AT5, Oost Online en De Groene Amsterdam het vaakst publiceren over de musea. Lokale nieuwsmedia uit andere delen van het land, zoals In de Buurt Enschede, publiceren echter ook artikelen over de musea.

Eerste Nederlandse zangeres in Madame Tussauds

De hoogste piek in redactionele media-aandacht (102 publicaties) vindt plaats op 29 juni. Op die dag onthult Davina Michelle haar eigen wassen beeld in Madame Tussauds Amsterdam. In artikelen van o.a. RTL Boulevard geeft Quinten Luykx, de general manager van Madame Tussauds, aan ontzettend blij te zijn met de komst van Davina. Davina Michelle is de enige Nederlandse zangeres die een plekje heeft in Madame Tussauds Amsterdam. Daarover zegt ze zelf: *'Er zijn nog ongelooflijk veel zangeressen in Nederland die zo'n beeld verdienen. Ik vond het bizar om te horen dat Anouk er nog niet een had bijvoorbeeld. Maar misschien is dit een stap in de goede richting.'* Verschillende media, waaronder LINDA en Story, schrijven in hun artikel over de onthulling dat er in de afgelopen jaren ook beelden zijn verwijderd. Zo zijn de evenbeelden van Ali B en Marco Borsato uit de collectie gehaald.

Overige dagattracties Media Insights

Trend | Volume & Bereik



Algemene resultaten

Dagattractie ^	Volume	Potentieel bereik	PR-waarde
A'DAM Lookout	94	3.306.879	€ 1.448
De Scheg	187	6.648.392	€ 20.615
De Uithof	361	32.345.722	€ 47.176
Heineken Experience	216	6.938.926	€ 16.913
Keukenhof	4.189	212.949.679	€ 451.782
Lovers Canal Cruises	4	858	€ 12
Stromma	53	65.227	€ 20.920
Zaanse Schans	2.056	66.951.359	€ 97.540

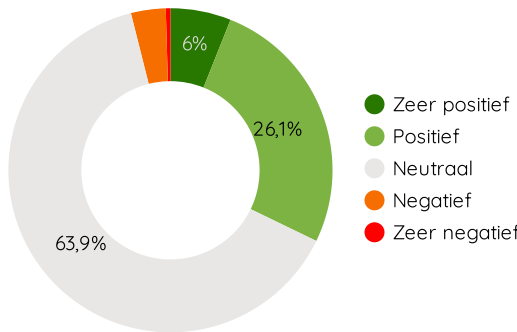
Totale Aantallen

Volume
7.160

Potentieel bereik
329.207.042

PR-waarde
€ 656.406

Tone of Voice



Media Insights

Naast pretparken, dierentuinen en musea staan er ook dagattracties in de Top 25 Dagattracties die niet binnen deze categorieën passen. In deze analyse bundelen we deze attracties in de categorie 'Overige dagattracties'. In vergelijking met de andere categorieën krijgt deze categorie de minste media-aandacht. Met name over Lovers Canal Cruises en Stromma, twee aanbieders van rondvaarten in Amsterdam, wordt weinig gepubliceerd. Op social media spreken mensen met name over rondvaarten in het algemeen, zonder de aanbieder te noemen.

Media-aandacht daalt na bloeiseizoen

De Keukenhof en de Zaanse Schans ontvangen van deze attracties de meeste media-aandacht. 80,8% van deze media-aandacht is afkomstig van social media. Dat de Keukenhof in bloei staat tot halverwege de maand mei zie je terug in de media-aandacht op social media. 2.542 van de 3.310 posts worden gepubliceerd in mei.

Ongeval zorgt voor negatieve media-aandacht

Enige negatieve berichtgeving komt voort uit een ongeval met een Engelse wielrenster dat plaatsvond ter hoogte van de Zaanse Schans. Onder andere Noordhollands Dagblad en Zaanse Schans Dagblad publiceren een artikel over het ongeval, waarin de nieuwsmedia aangeven dat het om een botsing met een bromfiets gaat. Hierbij moest de wielrenster per helikopter naar het ziekenhuis worden gebracht.

Meer informatie

Heb je vragen of opmerkingen over deze Media Insights Analyse? Neem dan contact op met Linda Lamers of Stijn Stortelder van Clipit via 024 8000 704 of lindalamers@clipit.nl / stijn@clipit.nl.

powered by **clipit** 