



MEDIA INSIGHTS ANALYSE

NIJMEEGSE VIERDAGSE 2023

powered by **clipit** 

LEESWIJZER

Deze Media Insights Analyse geeft de resultaten weer van berichtgeving in de Nederlandse openbare online en social media in de periode 14 juli 2023 t/m 22 juli 2023.



PR-waarde

Met de PR-waarde meet je de impact van de artikelen. De PR-waarde 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 topic 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.



Sentiment

Met het sentiment kun je zien wat de tendens is rondom een bepaald onderwerp, of publicatie. Het sentiment 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.

MEDIA INSIGHTS ANALYSE



Volume
17.015

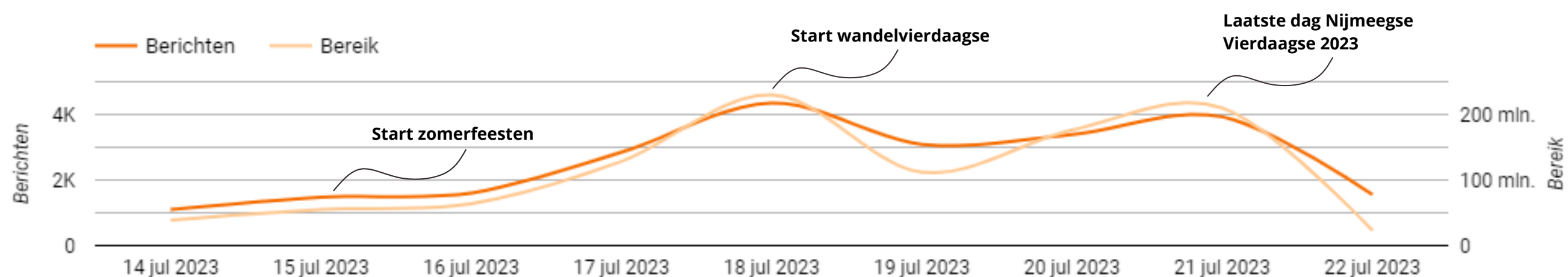


PR-waarde
€4.540.498

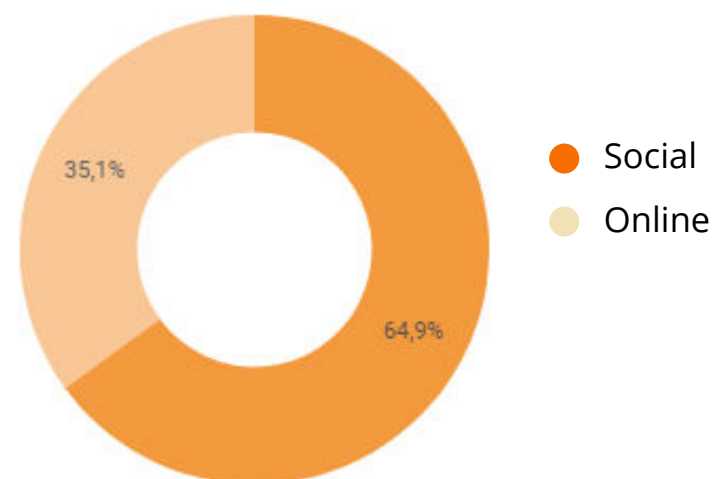


Potentieel bereik
975.960.926

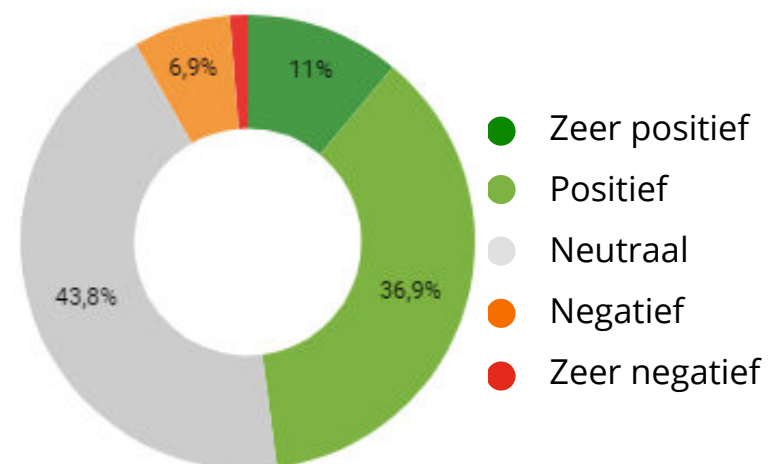
Trend | Volume en potentieel bereik



Share of Media



Tone of Voice



Trending Topics

zomerfeesten 105e
roze live wandelen
4 Daagse
lopers woensdag dag
nijmegen wandelaars
vierdaagsefeesten

De populairste feesten



Volume
466



PR-waarde
€229.201



Volume
238



PR-waarde
€124.185



Volume
382



PR-waarde
€108.107

Key Media Insights

+ In de totale berichtgeving wordt de wandelvierdaagse vaker expliciet genoemd dan de zomerfeesten. Dit laat zien dat de focus in berichtgeving vooral op het loopevenement ligt. Dit is ook te zien in de loop van tijd. De berichtgeving neemt op de dag voor de start van de wandelvierdaagse enorm toe, terwijl de zomerfeesten op dat moment al een paar dagen bezig zijn.

+ Het grootste aandeel van de berichtgeving komt voort uit social media, wat mooi laat zien dat de Vierdaagse een week is die haar populariteit te danken heeft aan de bezoekers, lopers, en aanmoedigers zelf, die hun ervaringen en gedachten delen op social media.

+ Maandag en dinsdag bestaat de berichtgeving veelal uit succeswensen en aanmoedelingen voor de lopers. Op dinsdag vindt de meeste berichtgeving plaats, op de eerste dag van de loop. Ook is op elke dag van de vierdaagse in de social media berichten goed terug te zien langs welke dorpen de lopers zijn gekomen.

+ Opvallend genoeg is het aandeel van positief sentiment het grootst voor de zomerfeesten, vanwege een hoop terugblikken op social media waarin over nagenieten wordt gesproken. Ook komt de uitspraak “mooiste week van het jaar” geregeld terug.

Zomerfeesten



PR-waarde
€1.4 miljoen

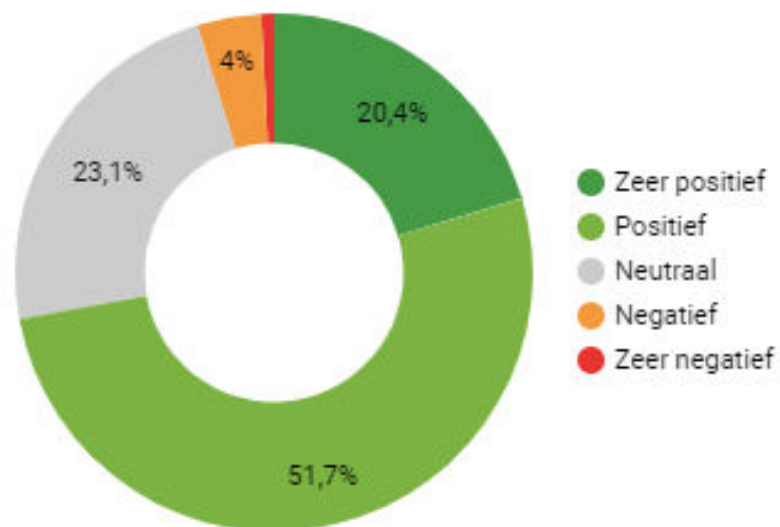


Volume
7.643



Potentieel bereik
260 miljoen

Volume



Bereik

Landelijk nieuws	194.230.198
Regionaal nieuws	99.352.879
Twitter	8.445.173
NU.nl	5.265.165
NOS	5.123.004
In de Buurt Nijmegen	4.475.320
Instagram	3.244.303
Facebook	2.837.387
RTL Nieuws	1.641.566
Welingelichte Kringen	1.359.126

The walk of the world



PR-waarde
€3.5 miljoen

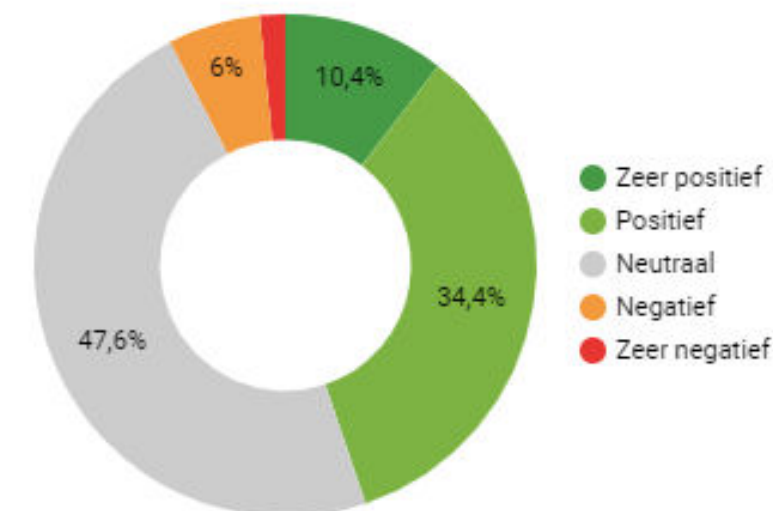


Volume
8.542



Potentieel bereik
570 miljoen

Volume



Bereik

Landelijk nieuws	327.010.777
Regionaal nieuws	159.149.121
NU.nl	38.611.210
NOS	27.322.688
Twitter	14.409.574
RTL Nieuws	9.028.613
Instagram	7.240.149
Facebook	5.428.735
Welingelichte Kringen	2.416.224
In de Buurt Nijmegen	2.125.777



Meer informatie

Heb je vragen of opmerkingen over deze Media Insights Analyse? Neem dan contact op met een van onze media analisten via 024 8000 704 of info@clipit.nl.

powered by **clipit** 