MEDIA-ANALYSE

1 JANUARI 2019 T/M 31 DECEMBER 2019

PRINT & INTERNET & RTV

NAAM ONDERZOEK

in opdracht van

NAAM KLANT

Introductie

Voor u ligt een kwantitatieve jaaranalyse van de media-aandacht over bedrijf A gedurende heel 2019. Deze analyse geeft u inzicht in de totale berichtgeving die er gedurende de onderzoeksperiode over Bedrijf A in print, op internet op radio en televisie is geweest.

De jaaranalyse geeft u inzicht in de media-aandacht uitgedrukt in aantal artikelen, uitzendingen, mediawaarde en bereik. Hierbij wordt gebruik gemaakt van grafieken die de ontwikkeling van het nieuws in beeld brengen. Het betreft ongelezen, niet beluisterde en niet gecodeerde artikelen en uitzendingen.

Hierbij wordt gebruik gemaakt van grafieken die de ontwikkeling van het nieuws in beeld brengen. In de trendgrafiek van de media-aandacht zijn de meest opvallende pieken verklaard en voorzien van duiding.

Deze analyse is met grote zorg door Media Info Groep voor uw organisatie samengesteld en we vertrouwen erop dat deze aan uw wensen voldoet. Mocht er naar aanleiding van de analyse behoefte zijn aan een media-analyse waarbij de content door onze analisten is gelezen, beoordeeld en gecodeerd, dan informeren wij u graag welke mogelijkheden kwalitatieve media-analyse uw organisatie kan bieden.

Media Info Groep
Postbus 1157
1300 BD Almere
Telefoon: + 31 36 5495550
Mail: Mediaanalyse@mediainfogroep.nl

Executive summary

Gedurende heel 2018 bestaat de totale berichtgeving uit 1.353 nieuwsberichten; waarvan 568 printartikelen en 505 internetartikelen en 280 uitzendingen op radio en televisie (RTV). De totale media-waarde bedraagt € 2.843.032. De mediawaarde van de printartikelen bedraagt € 2.262.397,00, die van de internetartikelen komt uit op € 364.278,00 en van RTV op €216.356 . Het bereik* van de gehele berichtgeving komt uit op 142.899.775; waarvan 71.148.859 wordt gegenereerd door printbronnen, 35.310.916 door internettitels en 36.440.000 door RTV-uitzendingen.

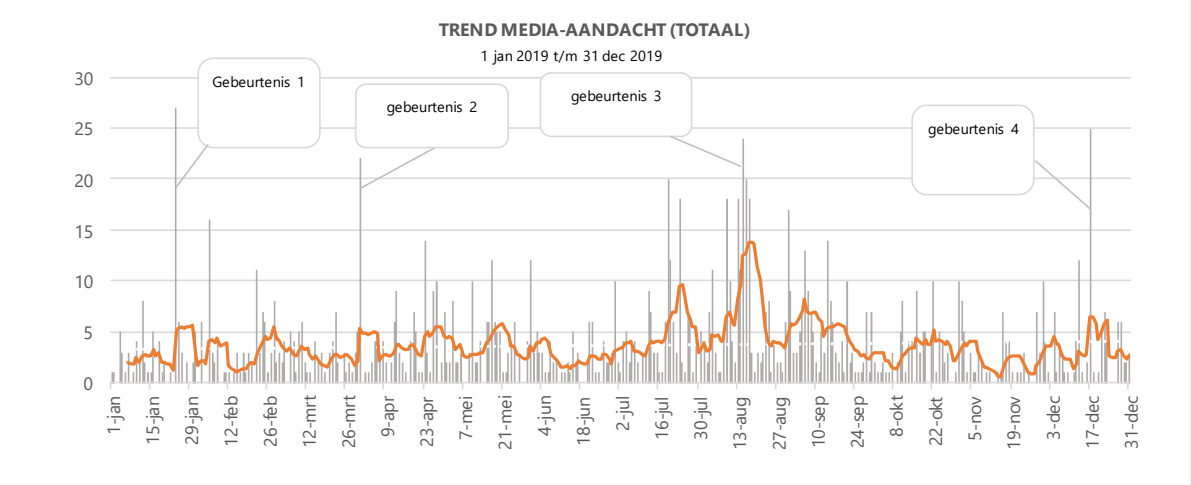
In het derde kwartaal verschijnen de meeste nieuwsberichten (508). De mediawaarde (€ 1.058.093) en het bereik (60.828.426) zijn eveneens in het derde kwartaal het hoogst.

Als we kijken naar het aantal artikelen dan vertoont de media-aandacht een aantal opvallende pieken. De eerste gebeurtenis zorgt voor 27 items. De hoogste piek van het jaar. Op 31 maart zorgt Gebeurtenis 2 voor verhoogde media-aandacht (21 items). Op 19 juli (20 items) piekt de berichtgeving door Gebeurtenis 3.

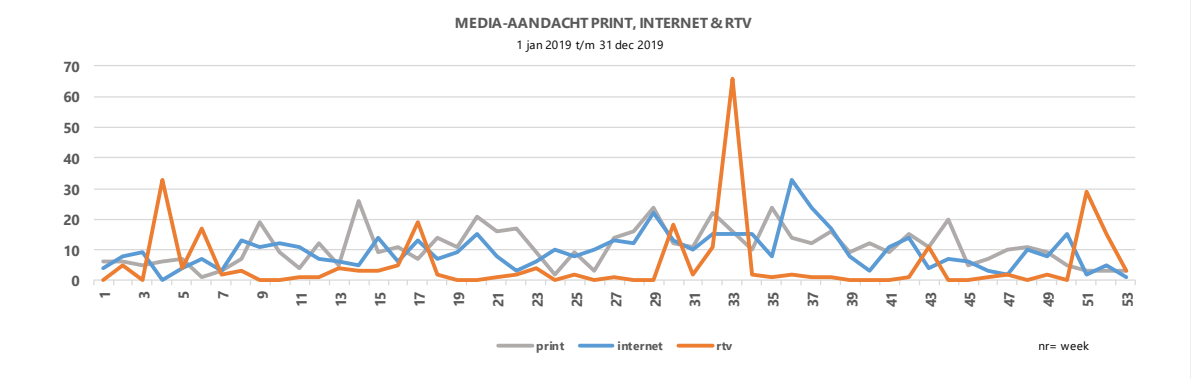
Bij de printtitels zorgt het *Haarlems Dagblad* (104 artikelen) verreweg voor de meeste media-aandacht. Op internet besteedt *unity.nu* (42 artikelen) de meeste aandacht aan Bedrijf A. *Spoor* (€ 23.029.812) en *Libelle* (€ 22.793.857) leveren bij de printtitels de mediawaarde op. Op internet zorgt *terug.thuis.blogspot.nl* (€ 1.206.119.766) voor de hoogste mediawaarde. Bij print hebben de nieuwsitems van *Spoor* (9.379.202) het grootste bereik. Op internet is het bereik het grootst bij *nu.nl* (17.969.000). Bij RTV wordt de meeste aandacht gegenereerd bij RTL Z 89 uitzendingen. De hoogste mediawaarde komt door NPO 1 (€101.534) evenals het hoogste bereik 15.800.000.

* De bereikcijfers zijn cumulatieve waarden en geven een indicatie van de potentiële contactmomenten

MEDIA-ANALYSE NAAM ONDERZOEK 1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
MEDIA-AANDACHT (AANTAL ARTIKELEN / UITZENDINGEN)

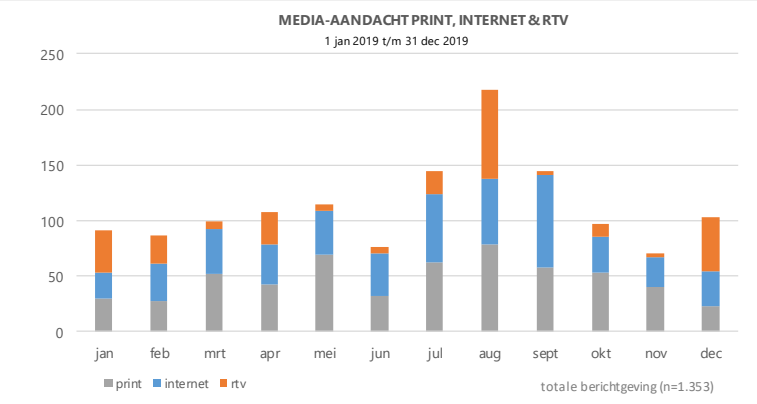


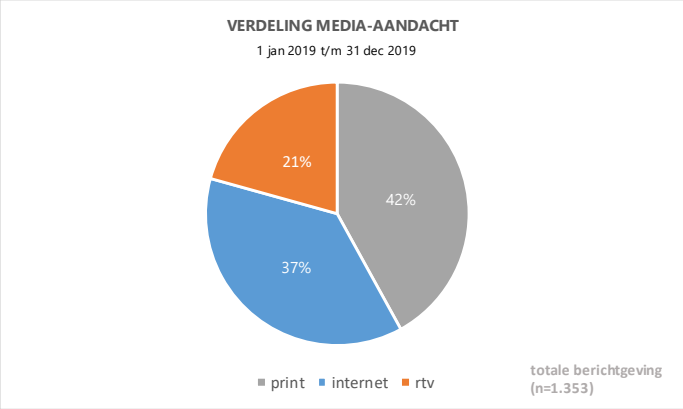
-- zevendaags voortschrijdend gemiddelde



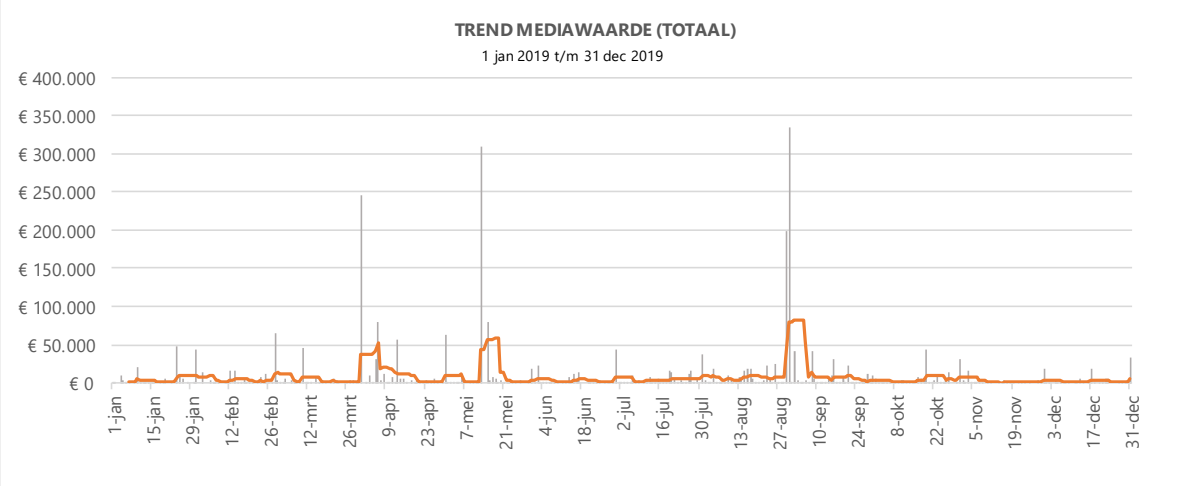
MEDIA-ANALYSE NAAM ONDERZOEK 1 jan 2019 t/m 31 dec 2019

MEDIA-AANDACHT (AANTAL ARTIKELEN / UITZENDINGEN)

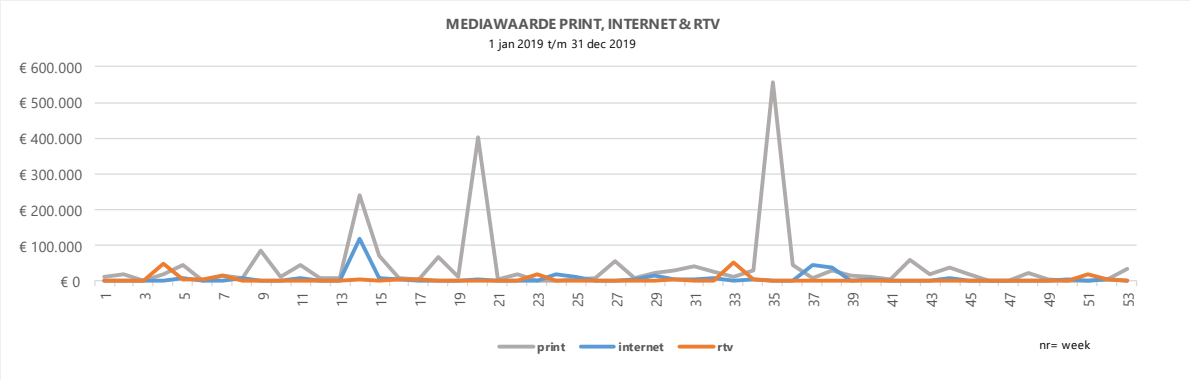




MEDIA-AANDACHT				
2019	Print	Internet	RTV	SOM
kwartaal 1	109	97	71	277
kwartaal 2	144	114	40	298
kwartaal 3	199	204	105	508
kwartaal 4	116	90	64	270
Totaal	568	505	280	**1.353**

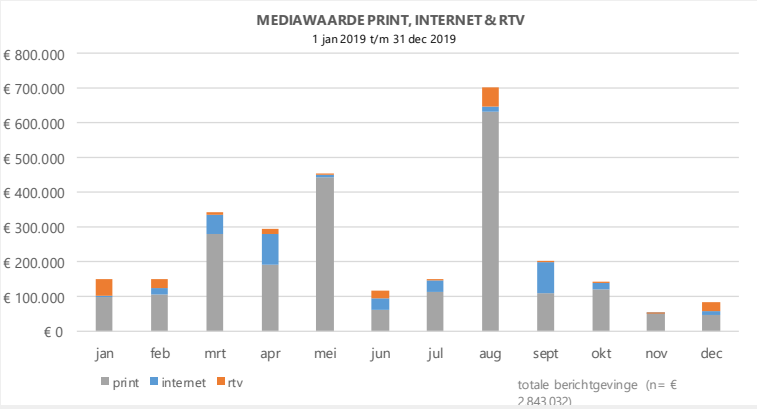


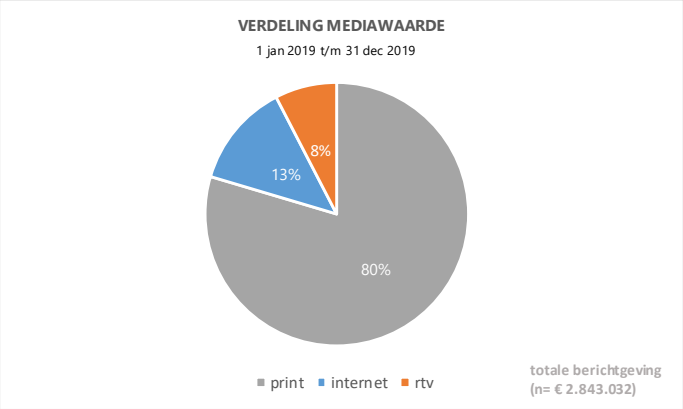
-- zevendaags voortschrijdend gemiddelde



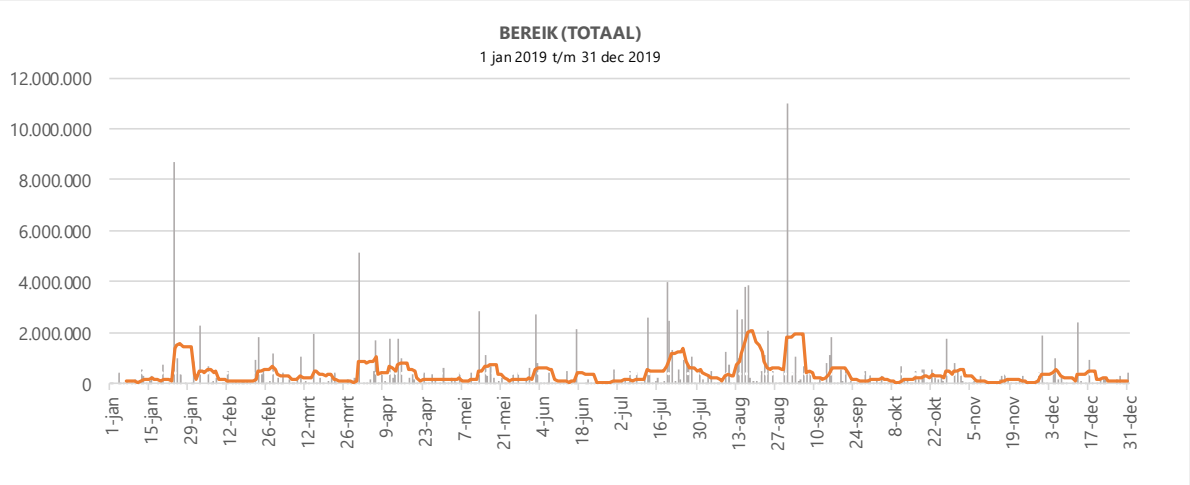
MEDIA-ANALYSE NAAM ONDERZOEK 1 jan 2019 t/m 31 dec 2019

MEDIAWAARDE

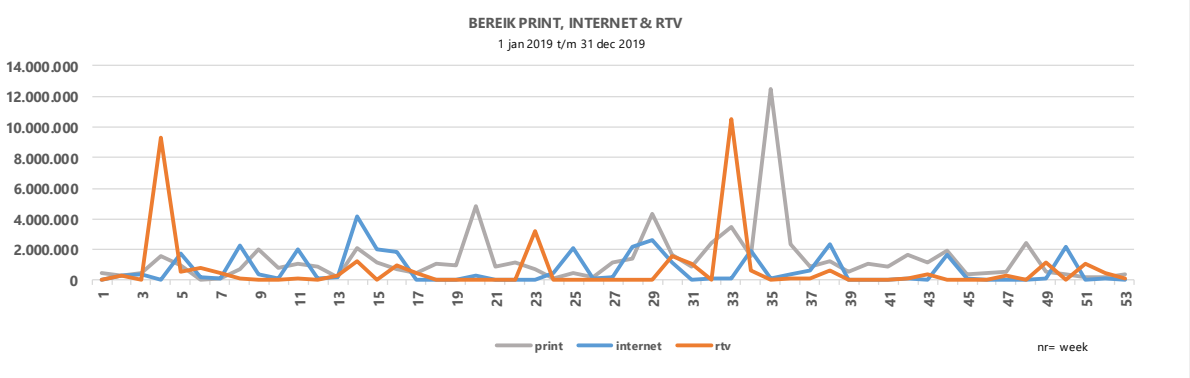




MEDIAWAARDE				
2019	**Print**	**Internet**	**RTV**	**SOM**
kwartaal 1	€ 487.609	€ 73.710	€ 84.334	€ 645.654
kwartaal 2	€ 697.127	€ 129.574	€ 35.158	€ 861.859
kwartaal 3	€ 858.333	€ 132.128	€ 67.631	€ 1.058.093
kwartaal 4	€ 219.328	€ 28.866	€ 29.232	€ 277.426
Totaal	€ 2.262.398	€ 364.279	€ 216.356	**€ 2.843.032**

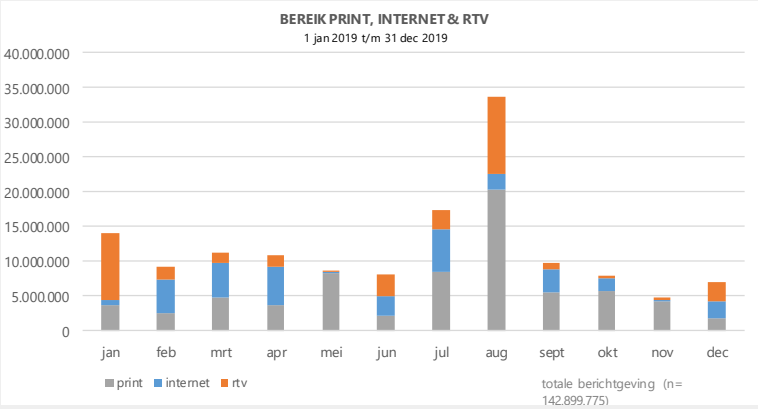


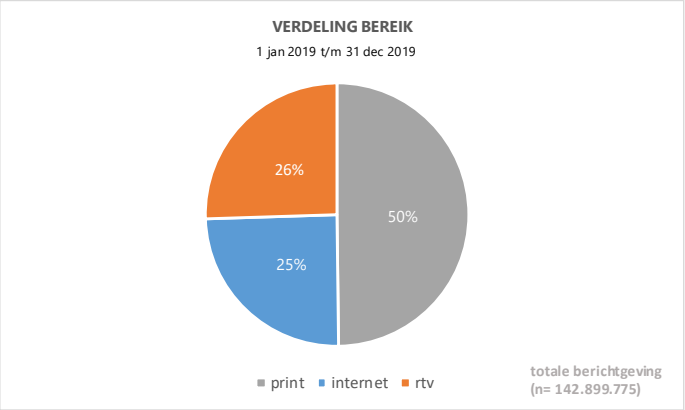
-- zevendaags voortschrijdend gemiddelde



MEDIA-ANALYSE NAAM ONDERZOEK 1 jan 2019 t/m 31 dec 2019

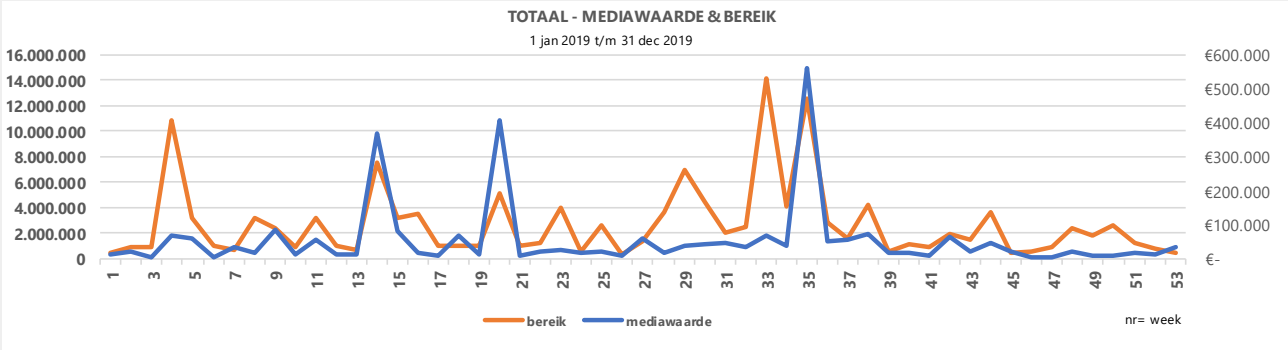
BEREIK

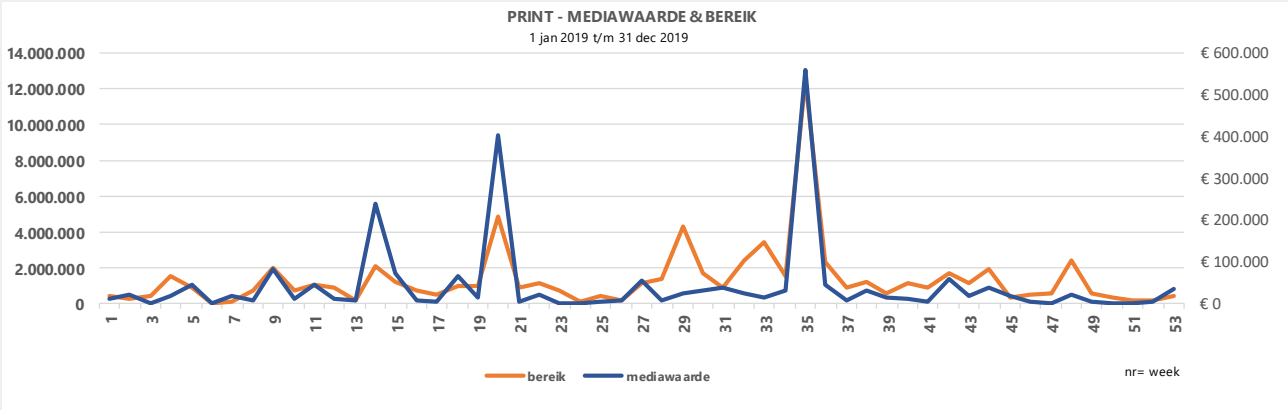


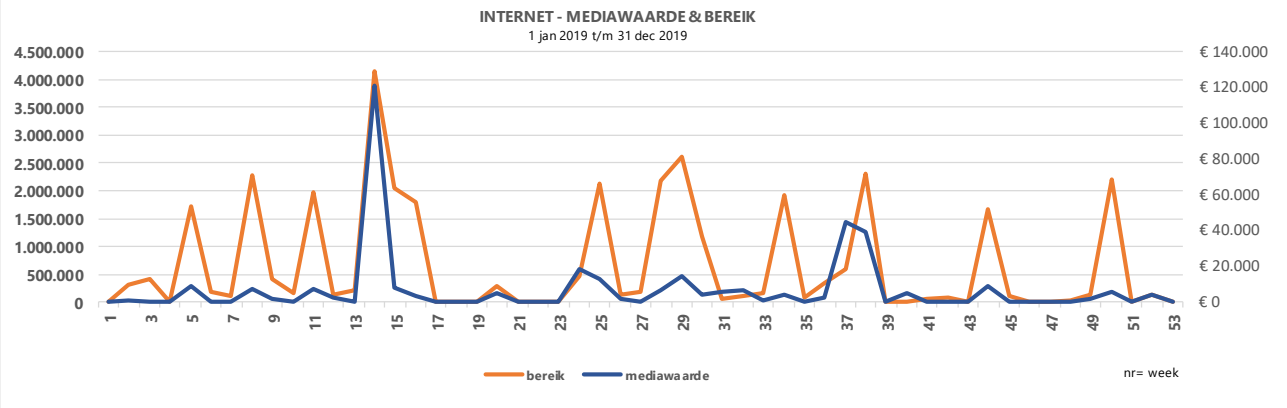


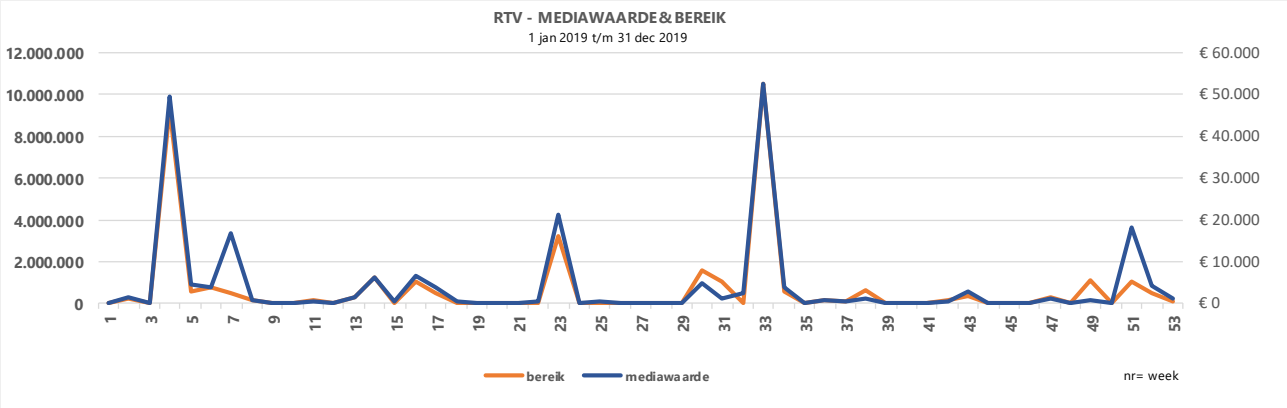
BEREIK				
2019	Print	Internet	RTV	SOM
kwartaal 1	11.132.201	10.410.428	13.070.000	34.612.629
kwartaal 2	13.993.462	8.644.632	5.040.000	27.678.094
kwartaal 3	34.321.886	11.736.540	14.770.000	60.828.426
kwartaal 4	11.701.310	4.519.316	3.560.000	19.780.626
Totaal	71.148.859	35.310.916	36.440.000	**142.899.775**

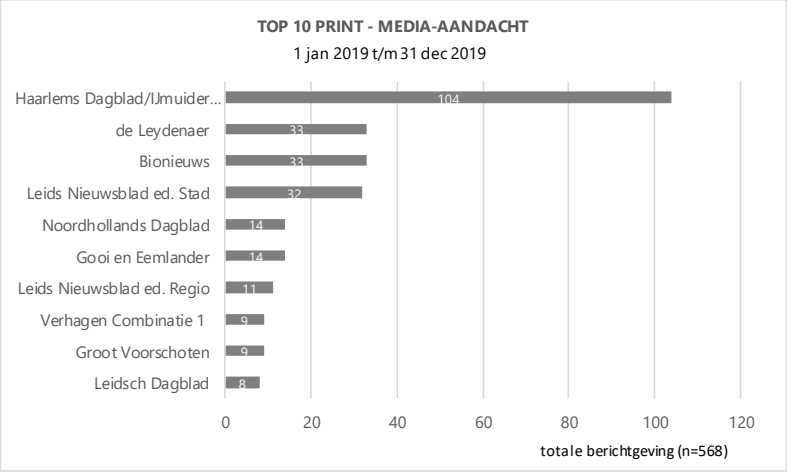
* De bereikcijfers zijn cumulatieve waarden en geven een indicatie van de potentiële contactmomenten

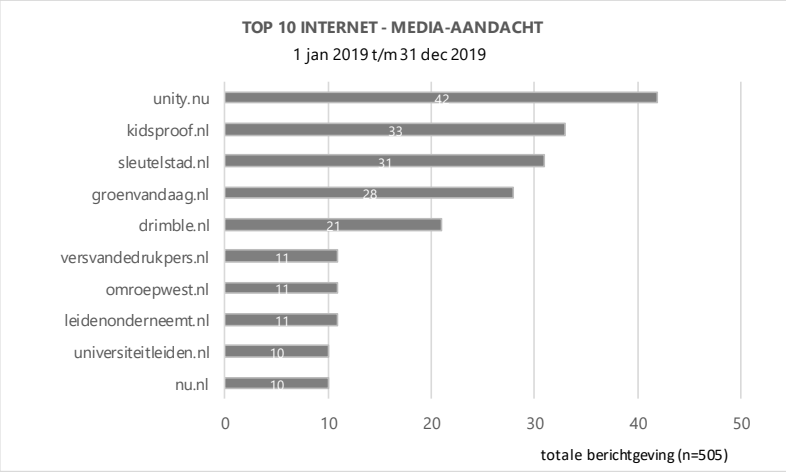

TOTAAL - MEDIAWAARDE & BEREIK
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
16.000.000
14.000.000
12.000.000
10.000.000
8.000.000
6.000.000
4.000.000
2.000.000
0
€600.000
€500.000
€400.000
€300.000
€200.000
€100.000
€-
1 3 5 7 9 11 13 15 17 19 21 23 25 27 29 31 33 35 37 39 41 43 45 47 49 51 53
bereik
mediawaarde
nr= week

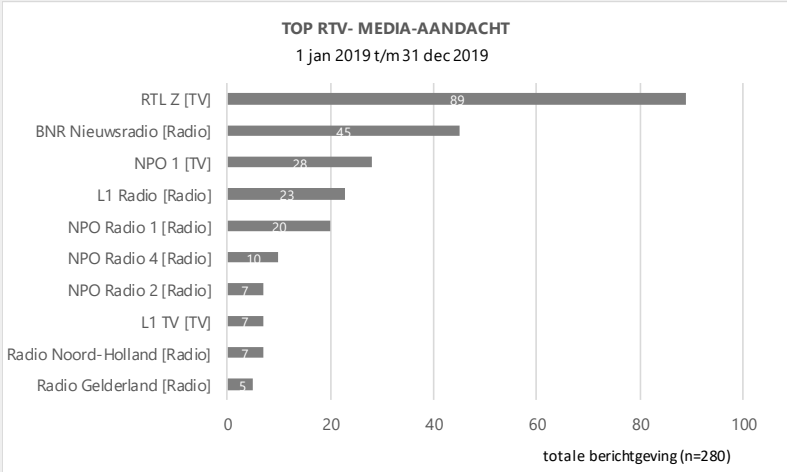

PRINT - MEDIAWAARDE & BEREIK
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
14.000.000
12.000.000
10.000.000
8.000.000
6.000.000
4.000.000
2.000.000
0
€ 600.000
€ 500.000
€ 400.000
€ 300.000
€ 200.000
€ 100.000
€ 0
1 3 5 7 9 11 13 15 17 19 21 23 25 27 29 31 33 35 37 39 41 43 45 47 49 51 53
bereik
mediawaarde
nr= week

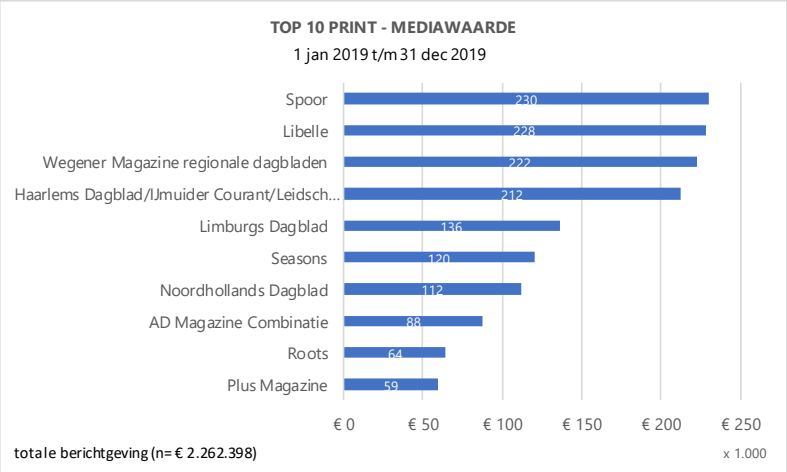

INTERNET - MEDIAWAARDE & BEREIK
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
4.500.000
4.000.000
3.500.000
3.000.000
2.500.000
2.000.000
1.500.000
1.000.000
500.000
0
€ 140.000
€ 120.000
€ 100.000
€ 80.000
€ 60.000
€ 40.000
€ 20.000
€ 0
1 3 5 7 9 11 13 15 17 19 21 23 25 27 29 31 33 35 37 39 41 43 45 47 49 51 53
bereik
mediawaarde
nr= week

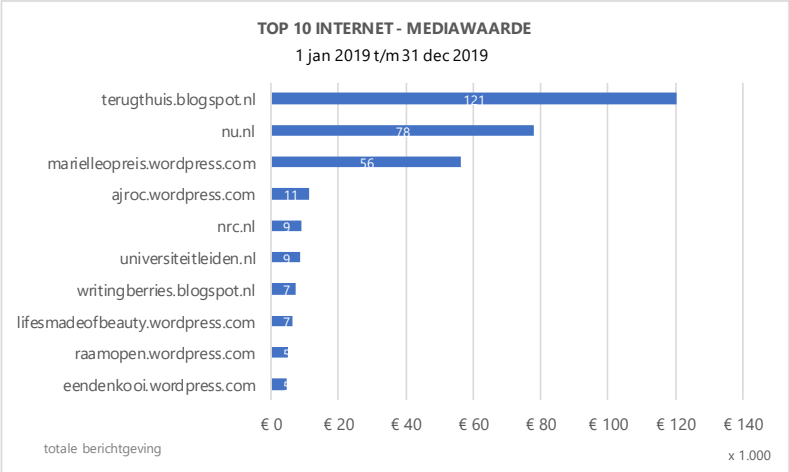

RTV - MEDIAWAARDE & BEREIK
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
12.000.000
10.000.000
8.000.000
6.000.000
4.000.000
2.000.000
0
€ 60.000
€ 50.000
€ 40.000
€ 30.000
€ 20.000
€ 10.000
€ 0
1 3 5 7 9 11 13 15 17 19 21 23 25 27 29 31 33 35 37 39 41 43 45 47 49 51 53
bereik
mediawaarde
nr= week

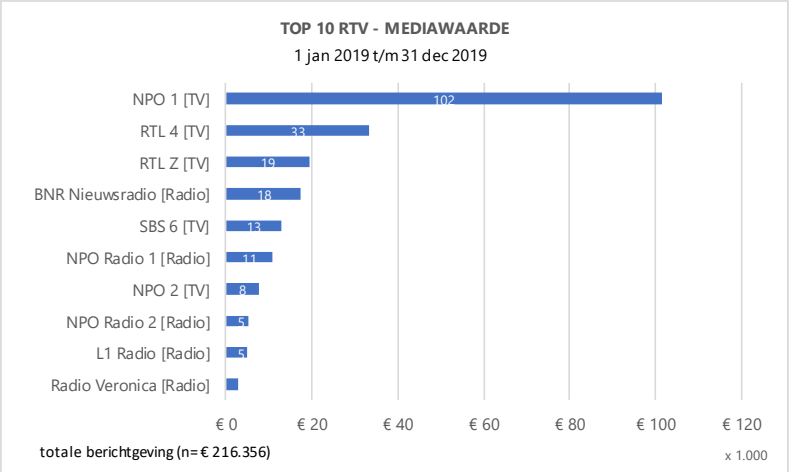

TOP 10 PRINT - MEDIA-AANDACHT
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
Haarlems Dagblad/IJmuider...
de Leydenaer
Bionieuws
Leids Nieuwsblad ed. Stad
Noordhollands Dagblad
Gooi en Eemlander
Leids Nieuwsblad ed. Regio
Verhagen Combinatie 1
Groot Voorschoten
Leidsch Dagblad
104
33
33
32
14
14
11
9
9
8
0
20
40
60
80
100
120
totale berichtgeving (n=568)


TOP 10 INTERNET - MEDIA-AANDACHT
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
unity.nu
kidsproof.nl
sleutelstad.nl
groenvandaag.nl
drimble.nl
versvandedrukpers.nl
omroepwest.nl
leidenonderneemt.nl
universiteitleiden.nl
nu.nl
42
33
31
28
21
11
11
11
10
10
0
10
20
30
40
50
totale berichtgeving (n=505)


TOP RTV- MEDIA-AANDACHT
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
RTL Z [TV]
BNR Nieuwsradio [Radio]
NPO 1 [TV]
L1 Radio [Radio]
NPO Radio 1 [Radio]
NPO Radio 4 [Radio]
NPO Radio 2 [Radio]
L1 TV [TV]
Radio Noord-Holland [Radio]
Radio Gelderland [Radio]
89
45
28
23
20
10
7
7
7
5
0
20
40
60
80
100
totale berichtgeving (n=280)

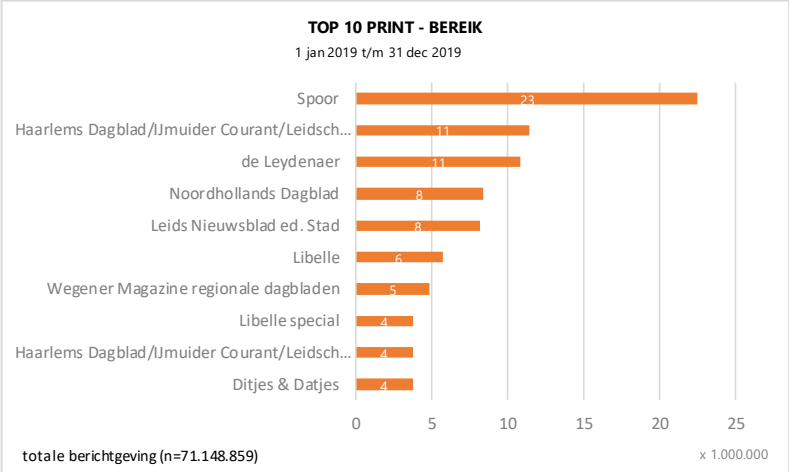

TOP 10 PRINT - MEDIAWAARDE
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
Spoor 230
Libelle 228
Wegener Magazine regionale dagbladen 222
Haarlems Dagblad/IJmuider Courant/Leidsch... 212
Limburgs Dagblad 136
Seasons 120
Noordhollands Dagblad 112
AD Magazine Combinatie 88
Roots 64
Plus Magazine 59
€ 0 € 50 € 100 € 150 € 200 € 250
totale berichtgeving (n= € 2.262.398)
x 1.000

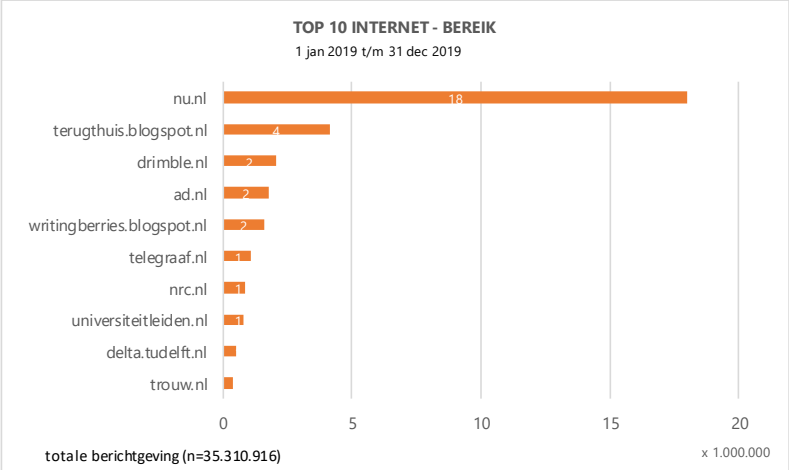

TOP 10 INTERNET - MEDIAWAARDE
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
terugthuis.blogspot.nl 121
nu.nl 78
marielleopreis.wordpress.com 56
ajroc.wordpress.com 11
nrc.nl 9
universiteitleiden.nl 9
writingberries.blogspot.nl 7
lifesmadeofbeauty.wordpress.com 7
raamopen.wordpress.com 5
eendenkooi.wordpress.com 4
€ 0 € 20 € 40 € 60 € 80 € 100 € 120 € 140
totale berichtgeving
x 1.000

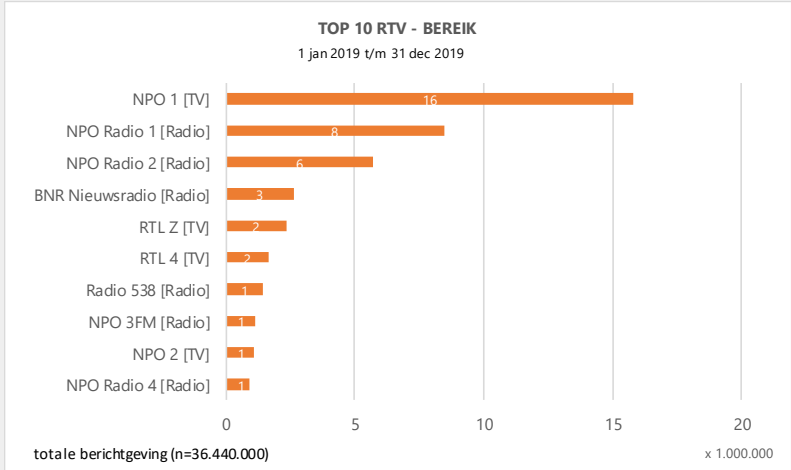

TOP 10 RTV - MEDIAWAARDE
1 jan 2019 t/m 31 dec 2019
NPO 1 [TV] 102
RTL 4 [TV] 33
RTL Z [TV] 19
BNR Nieuwsradio [Radio] 18
SBS 6 [TV] 13
NPO Radio 1 [Radio] 11
NPO 2 [TV] 8
NPO Radio 2 [Radio] 5
L1 Radio [Radio] 5
Radio Veronica [Radio]
€ 0 € 20 € 40 € 60 € 80 € 100 € 120
totale berichtgeving (n= € 216.356)
x 1.000

MEDIA-ANALYSE NAAM ONDERZOEK 1 jan 2019 t/m 31 dec 2019

TOP 10 PER MEDIUMTYPE – BEREIK







	Mediumtype	Media-aandacht	Mediawaarde	Bereik
2019	print	568	€ 2.262.398	71.148.859
	internet	505	€ 364.279	35.310.916
	rtv	280	€ 216.356	36.440.000
Totaal		1.353	€ 2.843.032	142.899.775

	Mediumtype	Media-aandacht	Mediawaarde	Bereik
2019	print	42%	80%	50%
	internet	37%	13%	25%
	rtv	21%	8%	26%
Totaal		100%	100%	100%

2019	Mediumtype	Media-aandacht	Mediawaarde	Bereik
kwartaal 1	print	109	€ 487.609	11.132.201
	internet	97	€ 73.710	10.410.428
	rtv	71	€ 84.334	13.070.000
kwartaal 2	print	144	€ 697.127	13.993.462
	internet	114	€ 129.574	8.644.632
	rtv	40	€ 35.158	5.040.000
kwartaal 3	print	199	€ 858.333	34.321.886
	internet	204	€ 132.128	11.736.540
	rtv	105	€ 67.631	14.770.000
kwartaal 4	print	116	€ 219.328	11.701.310
	internet	90	€ 28.866	4.519.316
	rtv	64	€ 29.232	3.560.000
Totaal		1.353	€ 2.843.032	142.899.775

* De bereikcijfers zijn cumulatieve waarden en geven een indicatie van de potentiële contactmomenten

Verantwoording

Voor deze analyse is om de relevante artikelen uit de media te vinden gebruik gemaakt van gespecialiseerde content retrieval tools. Van de meta-data van het resultaat zijn de aantallen gevonden publicaties en de advertentie- en mediawaarden als basis voor verdere analyse genomen. De aldus verkregen gegevens zijn gebruikt om de presentie in deze analyse weer te geven in afbeeldingen, tabellen en grafieken. Onderverdeling van publicaties is daarbij verricht op basis van Media Info Groep (MIG) content type en -categorie.

Advertentiewaarde Print:
De bruto advertentiewaarde van print wordt door Media Info Groep op twee manieren berekend. Als de uitgever de advertentiewaarde berekent op basis van millimeterprijs, berekent Media Info Groep de grootte van het artikel. Op basis van de grootte van het artikel en de waarde per mm wordt dan de bruto advertentiewaarde bepaald. Als de uitgever de advertentiewaarde berekent op basis van een prijs per pagina(deel), berekent Media Info Groep de grootte van het artikel. Op basis van het formaat van het artikel en de prijs per paginadeel wordt dan de bruto advertentie-waarde bepaald. Media Info Groep berekent de waarde terug tot minimaal 1/16e pagina deel.

Bereik Print:
De bereikcijfers zijn tot stand gekomen door de oplage te vermenigvuldigen met 2,4. Dit is de gemiddelde factor bij de bereikcijfers van printmedia.

Online Advertentiewaarde:
Een van de moeilijkste zaken om te berekenen is de online advertentiewaarde van een Nieuws-artikel, Blog-artikel of Tweet. Er zijn veel parameters waar je rekening mee zou willen houden maar die onbekend zijn, zoals de click-through-rate, de positie van een artikel op een site, het aantal volgers van een Twitteraar en de mate waarin een bepaalde doelgroep wordt bereikt. Om toch tot een valide berekening te komen hebben MIG en Byelex een onderzoek uitgevoerd waarbij een aantal aannames is gedaan en waarbij gekeken is naar een aantal meetbare parameters op basis waarvan een Advertentiewaarde gegenereerd kan worden.

Bereik Online:
Voor niet alle websites hebben wij de beschikking gehad over de bereikcijfers. In die gevallen is onze ondergrens van 1.000 van toepassing.

De volgende uitgangspunten zijn gedefinieerd:
Om effectief de advertentiewaarde te kunnen berekenen moeten we in staat zijn om elk artikel - wereldwijd - een waarde te geven. De methodiek moet robuust zijn zodat de berekening toegepast kan worden op zowel oudere- als toekomstige publicaties. De berekening moet flexibel zijn, en rekening houden met veranderende bezoekersaantallen op websites, maar ook rekening houden met de stijgende of dalende invloed van een Twitteraar.

- We kunnen het gemiddeld aantal bezoekers per maand meten, evenals de KLOUT score.
- Vanuit Google AdWords weten we dat een Click-waarde ligt tussen de 0,35 en 0,55 Euro.
- Het schrijven van een Blogpost of nieuws-artikel kost ongeveer tussen de 500 en 600; de 'kostprijs' van een artikel.
- Een Tweet is veel vluchtiger dan een artikel op een Blog, dus krijgt een lagere waarde.
- Nieuws websites zoals Google News en Yahoo News hebben zeer veel bezoekers per maand (Yahoo News +/- 750.000.000 per maand).
- Specialistische Blogs hebben wellicht slechts 5000 bezoekers per maand, maar de lezers kunnen exact de juiste doelgroep vormen.
- Op zeer grote nieuwswebsites is de plaatsingsduur van artikelen vaak relatief kort, soms maar enkele uren.
- Artikelen op specialistische blogs daarentegen kennen een relatief lange plaatsingsduur, waardoor de advertentiewaarde stijgt.

Onze online advertentiewaarde:
Wij hebben een algoritme ontwikkeld op een zelfde wijze als KLOUT dat heeft gedaan, waarbij we van websites waarvan we niet weten wat het bereik is, of waar we niet de bezoekersaantallen weten, het aantal bezoekers op 2000 hebben gezet. We hebben nu dus 2 uiterste getallen: 750.000.000 en 2000. Alle websites - wereldwijd - vallen tussen deze 2 uitersten. Daarbij moet de advertentiewaarde van een site met het minimum aantal bezoekers minimaal tussen de 500 en 600 Euro liggen; de kostprijs is van een artikel. We hebben alle websites in de genoemde range een getal gegeven tussen de 1 en 10, waarbij YahooNews '10' krijgt, en een blog met 2000 bezoekers per maand '1'. Voor Tweets passen wij de factor aan; deze is aanmerkelijk lager, waarbij we voor een Tweet met een KLOUT Score van tussen de 1 en 10 een bedrag toekennen van 5,30 Euro. Iemand met de hoogste KLOUT Score (b.v. Justin Bieber) krijgt een waarde mee van 53,- Euro per tweet. Het absolute bedrag bij het berekenen van Advertentiewaarde blijft altijd arbitrair, maar de transparatie van onze berekening en het feit dat het algoritme het toelaat om alle online publicaties een waarde te geven maken het mogelijk om te benchmarken.

Media Info Groep, Almere