

# Analyse buzz bij evenementen

---

*Lessen in de aanpak van de analyse van berichten op online media bij de evenementen Oosterhout LIVE, Nederland Muziekland, Tilburgse Kermis en Decibel, de intocht van Sinterklaas, Leidens Ontzet en Carnaval*

opdrachtgevers      Gemeente Oosterhout, Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant, HowAboutYou  
datum                      juni 2013 – mei 2014  
auteurs                      Boaz Adank (gemeente Oosterhout), Paul Francken (Taskforce Tilburg Veilig/politie Zeeland - West-Brabant), Frank Bruijninx en Ewoud de Voogd (HowAboutYou)

## Samenvatting

Gemeenten en veiligheidsregio's zijn zich toenemend bewust van de krachten en kansen van sociale media. Recente voorbeelden en onderzoeken na afloop laten de noodzaak zien. Denk aan de brand in Moerdijk, Pukkelpop, de rellen in Haren, het sneeuwballengevecht in Breda, de Harlem Shakes in Leeuwarden en Roermond, de aankondiging van de schoolshooting in Leiden en de mobilisatie van de gemeenschappen rond de broertjes in Zeist. Nu één op de drie Nederlanders actief is op Facebook en één op de tien zijn mening en ervaring deelt op Twitter, zijn sociale media een factor van belang. Gemeenten en veiligheidsregio's willen daar graag mee om kunnen gaan.

In de zomer van 2013 vinden drie evenementen plaats met veel publiek en wisselende kenmerken die de gemeenten en veiligheidsregio in Midden- en West-Brabant de gelegenheid bieden om ervaring op te doen met het monitoren van de berichten op online media. De betrokken overheden zijn gemeente Oosterhout, gemeente Tilburg, gemeente Breda, de Taskforce Tilburg Veilig van de politie en gemeente Tilburg en de veiligheidsregio Midden- en West-Brabant. Het doel van het monitoren van de online media bij de evenementen Oosterhout LIVE, Nederland Muziekland, de Tilburgse Kermis en Decibel is:

1. beeld krijgen bij de aard en volume van de buzz: hoeveel berichten verschijnen er, waar gaan ze over; hebben wij er wat aan als overheidsorganisaties die verantwoordelijk zijn voor 'veiligheid', waarin verschilt de buzz tussen de evenementen en hoe is dat te verklaren;
2. kunnen concluderen of het monitoren van de buzz tijdens evenementen al dan niet relevant is;
3. kunnen concluderen of de inspanningen en investeringen die bij het monitoren komen kijken opwegen tegen de winst in veiligheid;
4. ervaren wat een passende werkwijze is en hoe deze beter kan;
5. verkrijgen van aanvullende inzichten die wel relevant blijken voor de aanpak en organisatie.

Daarna zijn samen met de politie Hollands-Midden en de gemeente Leiden het Leidens Ontzet gemonitord, is samen met de politie Noord-Nederland en de gemeente Groningen de intocht van Sinterklaas gemonitord, is met de gemeente Den Bosch (en de gemeente Tilburg) het carnaval gemonitord en is met de politie Zeeland - West-Brabant een voetbalwedstrijd gemonitord.

Monitoren geeft real time een extra en rijk beeld op het evenement. Het is niet 100% volledig, het is een beeld naast de beelden vanuit de mensen van de organisatie en de beveiliging in het veld en naast de camerabeelden. Maar de miniverslagen en foto's en video's bieden een unieke aanvulling. Als er geen incidenten zijn, dan biedt het monitoren vooral kansen voor de evenementenorganisatie. Echter, monitoren bij evenementen biedt bij incidenten de vereiste grip vanaf moment nul. En dat is precies de reden waarom het wel nadrukkelijk is aan te raden om het monitoren van online media bij evenementen structureel te organiseren. Er zit een dilemma in waar dat te organiseren: bij de evenementenorganisatie, bij de gemeente, bij de politie of bij de veiligheidsregio? Elk hebben een eigen belang en een eigen focus. Om praktische redenen is het advies om monitoring bij evenementen samen met de evenementenorganisatie te organiseren en dat te borgen middels de vergunningverlening.

Met de monitoring van zeven evenementen, lukt het om de onderzoeksvragen te beantwoorden. Bovendien tekent zich een aanpak af.

## Inhoudsopgave

Samenvatting .....	2
Inhoudsopgave .....	3
1 Online media monitoring bij evenementen .....	5
1.1 Een extra radar op Feest & Veilig bij een evenement .....	5
1.2 De regio Midden- en West-Brabant wil graag ervaring opdoen .....	6
1.3 Monitoren bij evenementen is vooral het bundelen van belangen .....	6
2 Inzichten uit recente ervaringen .....	9
2.1 Oosterhout LIVE en Nederland Muziekland (21 en 22 juni 2013, 6.000 bezoekers) 9	
2.1.1 Een eerste, rustige oefening met een kleinschalig evenement .....	9
2.1.2 Vooral berichten over 'feestje' en de organisatie daarvan .....	10
2.1.3 De eerste lessen .....	11
2.2 Roze Maandag op de Tilburgse Kermis (22 juli 2013, Tilburg, 300.000 bezoekers) 12	
2.2.1 Een hele drukke binnenstad op een hele warme dag .....	12
2.2.2 Duiden .....	12
2.2.3 Lessen voor een betere aanpak .....	13
2.3 Decibel (16, 17, 18 augustus 2013, Hilvarenbeek, 50.000 bezoekers) .....	15
2.3.1 Een housefeest op een zeer zonnige dag met 50.000 duizend bezoekers .....	15
2.3.2 Gebrek aan internet belemmert zicht .....	15
2.3.3 Je kunt meer met online media dan alleen marketing! .....	15
2.4 Leidens Ontzet (2 & 3 oktober 2013, Leiden, 100.000 bezoekers) .....	17
2.4.1 Heel veel mensen een nacht lang in een krappe binnenstad .....	17
2.4.2 Rustige nacht met weinig grote incidenten .....	17
2.4.3 Videoverkeer en online beelden is een krachtige combinatie .....	17
2.4.4 Samenwerking tussen politie en gemeente zorgt voor efficiëncyslag .....	17
2.5 Intocht Sinterklaas (16 november 2013, Groningen, 45.000 bezoekers) .....	18
2.5.1 Lokaal evenement dat nationaal wordt beleefd .....	18
2.5.2 Webcare en monitoren .....	18
2.5.3 Webcare en online media monitoren blijkt handig om andere media te voeden 18	
2.5.4 Korte lijntjes en deelnemen aan het gesprek werpen vruchten af .....	18
2.6 Carnaval (2 en 3 maart 2014, Den Bosch, 100.000 bezoekers) .....	20
2.6.1 Traditionele drukte op station en in de binnenstad tijdens carnaval .....	20
2.6.2 Monitoren op openbare orde en organisatie .....	20
2.6.3 Online media bevestigen bekende signalen en melden ze soms sneller .....	20
2.6.4 Opzetten van een dashboard helpt, maar er blijven kansen liggen .....	20
3 Een werkwijze tekent zich af .....	22
3.1 Online media monitoring als proces .....	22
3.2 En daarmee tekent zich een aanpak in vijf stappen af .....	23
3.2.1 Stap 1. Organiseren van het monitoren .....	23
3.2.2 Stap 2. Inventariseren risico's .....	23
3.2.3 Stap 3. Inregelen team en online media monitor .....	23
3.2.4 Stap 4. Real time analyses en interventies .....	24
3.2.5 Stap 5. Leren van de aanpak .....	24
3.3 Organisatie .....	24
3.4 Standaard dashboard 'feestje' en 'veilig' op evenementen .....	25
3.5 Investing .....	27

4	Conclusies .....	28
4.1	Monitoren geeft real time een extra en rijk beeld op het evenement.....	28
4.2	Monitoren biedt vooral kansen voor de evenementenorganisatie .....	28
4.3	Monitoren bij evenementen biedt bij incidenten de vereiste grip vanaf moment nul 28	
4.4	Organiseer monitoring bij evenementen samen met evenementenorganisatie en borg dat in de vergunningverlening.....	28
4.5	Aanpak, organisatie en dashboard blijken standaard en herbruikbaar .....	29
	Bijlage 1. Analyse buzz Oosterhout-LIVE .....	30
	Bijlage 2. Analyse buzz Nederland Muziekland (22 juni 2013, Oosterhout) .....	35
	Bijlage 3. Analyse buzz Tilburgse Kermis (maandag 22 juli 2013, Tilburg).....	41
	Bijlage 4. Contactpersonen .....	49
	Bijlage 5. Over HowAboutYou.....	50

## 1 Online media monitoring bij evenementen

### 1.1 Een extra radar op Feest & Veilig bij een evenement

Jaarlijks zijn er tal van evenementen en festiviteiten waar vele bezoekers aan deelnemen. Een goed evenement wordt afgerekend op de inhoud (het feest), het verloop (de organisatie van het feest) en de veiligheid. Naast de inhoud en (bezoekers)logistiek is ook risicoreductie belangrijk. Wat zijn de risico's rond een evenement? Is er sprake van aangekondigde of zelfs georganiseerde ordeverstoring vooraf? Zijn er incidenten tijdens het evenement? Escaleert een incident tijdens het evenement? Is er een nasleep in het geval van een incident met impact?

Middels de eigen professe van evenementenorganisaties en de vergunningverlening en handhaving daarop, zijn bovenstaande aspecten al goed geregeld. Sociale media geven echter een extra dimensie. Immers, wanneer één op de tien Nederlanders op Twitter actief is, en zelfs één op de drie op Facebook, dan hebben ze het bij en tijdens evenementen ook over wat men meemaakt. De brand bij een chemisch bedrijf in Oosterhout (voorjaar 2013) liet zien dat men het juist op Twitter en Facebook over de brand en de effecten had. Bij incidenten zijn dit belangrijke media om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen. Bovendien, alle statistieken wijzen erop dat dit niet een hype maar een trend is.

De doelgroep voor evenementen bestaat bovengemiddeld vaak uit jongeren. Jongeren uiten zich veel online via sociale media. Vaak gaat het over de feestvreugde vooraf, de reis er naar toe, de artiesten en het optreden. Tijdens het evenement zelf kunnen sociale media ook helpen om zeer snel ontwikkelingen rond een incident tijdens het evenement in beeld te krijgen en te sturen. Het gaat hierbij om signalen rond de feestelijkheden zoals over het programma, de bezoekers(stromen) en de logistiek. En juist ook om signalen rond de veiligheid, zoals verstoring van de openbare orde, openlijke geweld, dronkenschap en gezondheidsincidenten als flauwvallen of onwel worden.

Bij het beheren van de risico's is het daarom zinvol om ook de sociale media op de risico's en het evenement zelf te monitoren. Zo worden signalen tijdig opgepakt en zijn interventies sneller mogelijk. Het monitoren van de sociale media rond de aanloop van een evenement en van het evenement zelf geven een extra radar op de gebeurtenissen. De commissie Cohen gaf na de rellen in Haren een aanbeveling van deze strekking.

#### ***Commissie Cohen na ProjectX Haren: 'monitor social media'***

"Het verdient aanbeveling om sociale media als een vast onderdeel van het dagelijks leven te monitoren, waarbij het moet gaan om het vinden van collectieve patronen die opmerkelijk zijn en mogelijk actie vereisen, niet om het stelselmatig volgen van individuen. Monitoren is geen technische kwestie, maar een inhoudelijke. Wat zich op de sociale media afspeelt, moet geïdentificeerd worden, en die duiding vraagt om brede maatschappelijke kennis en inzicht. Dat vraagt om een samenspel op landelijk en lokaal niveau. Landelijke specialistische expertise, waarin de Nationale Politie een prominente rol moet spelen, moet gecombineerd worden met lokale kennis: feeling hebben met wat er leeft onder de bevolking - in Haren met wat er leeft onder de jongeren in het noorden van het land. Verbinding tussen die beide niveaus vraagt om een actieve en open houding aan beide kanten.

Maar monitoren is niet genoeg, interveniëren kan een prominente rol spelen om een evenement in goede banen te leiden. Interventies op de sociale media zijn een belangrijke bron van communicatie. Autoriteiten doen er goed aan daar snel en veel ervaring mee op te doen ..." Hoofdrapport pagina 32

## 1.2 De regio Midden- en West-Brabant wil graag ervaring opdoen

Na de rellen in Haren en de brand in Moerdijk en de rapporten van de onderzoekscommissies na afloop, is bestuurlijk Nederland zich erg bewust van de kracht van online media. Het gaat dan vooral om het handelen dat onder een vergrootglas ligt, het snel organiserend vermogen van grote groepen mensen, en online media als hét medium bij crisissituaties. In het hele land (gemeenten, politie, veiligheidsregio's, bedrijven en instellingen) is men zoekende in de mechanismen achter de sociale media en een aanpak en organisatie om hier mee om te gaan. Of om het zelfs voor je te laten werken als overheid.

Ook in de regio Midden- en West-Brabant onderkennen de overheden dat zij meer grip moeten hebben. De opdracht om de crisiscommunicatie als vijfde kolom te organiseren (naast de kolommen politie, brandweer, gezondheidszorg en gemeente) staat in de steigers. De betrokken overheden beseffen dat het helpt om ook nu al ervaring op te doen met online media monitoring en crisiscommunicatie in verschillende risicoscenario's. Een grootschalige evenement is één van deze scenario's.

Gemeente Oosterhout, gemeente Tilburg, gemeente Breda, de Taskforce Tilburg Veilig van de politie en gemeente Tilburg en de veiligheidsregio Midden- en West-Brabant bundelen in de zomer van 2013 de mogelijkheden om ervaring op te doen met online media monitoring bij evenementen. HowAboutYou wil deze ervaring ook graag opdoen om haar aanpak en online media monitor te verbeteren. Daartoe verbindt HowAboutYou deze overheden op de evenementen Oosterhout LIVE, Nederland Muziekland, Tilburgse Kermis en Decibel. Zie bijlage 4 voor meer informatie over HowAboutYou. Zie bijlage 5 voor de contactpersonen per organisatie.

Het doel van het monitoren van de online media bij Oosterhout LIVE en Nederland Muziekland is:

1. beeld krijgen bij de aard en volume van de buzz:
  - a. hoeveel berichten verschijnen er;
  - b. waar gaan ze over;
  - c. hebben wij er wat aan als overheidsorganisaties die verantwoordelijk zijn voor veiligheid;
  - d. waarin verschilt de buzz tussen de evenementen en hoe is dat te verklaren;
2. kunnen concluderen of het monitoren van de buzz tijdens evenementen al dan niet relevant is;
3. kunnen concluderen of de inspanningen en investeringen die bij het monitoren komen kijken opwegen tegen de winst in veiligheid;
4. ervaren wat een passende werkwijze is en hoe deze beter kan;
5. verkrijgen van aanvullende inzichten die wel relevant blijken voor de aanpak en organisatie.

## 1.3 Monitoren bij evenementen is vooral het bundelen van belangen

Voor het vervolg van dit rapport helpt het om een beeld te hebben bij de belanghebbenden en hun belangen. Het onderscheid tussen het *'feestje'*, de *'organisatie'* en de *'veiligheid'* helpt om te ordenen. Maar laat ook zien dat de verschillende belangen bij online media monitoring en webcare bij evenementen samenkomen en wellicht in zijn samenhang handig zijn te organiseren.

De evenementenorganisatie wil in de huidige situatie vooral een goed beeld hebben bij wat er binnen, en net buiten de hekken speelt. De gemeente en politie willen vooral zicht en grip op risico's, incidenten, het verkeer en de openbare orde. Bezoekers willen vooral een leuk, goed georganiseerd evenement met een goed programma en veel faciliteiten. En ze willen dit delen met hun vrienden via sociale media.

## Analyse buzz bij evenementen

Het monitoren van de berichten op online media tijdens evenementen staat in de kinderschoenen. Het monitoren van online media bij evenementen is nu vaak vooral ondersteunend aan de promotie van het evenement. Op het verloop van het evenement zelf, bijvoorbeeld omwille van de beheersing van de risico's, wordt nog nauwelijks gemonitord. Indien er vanuit het evenement een crisissituatie ontstaat, dan worden sociale media binnen de bestaande crisisprotocollen bij de omgevingsanalyses gevolgd. Daarbij is echter niet de evenementenorganisatie aan zet, maar de (overheids)partners bij de crisisorganisatie.

Het gaat een stap verder als de evenementenorganisatie ook vragen van geïnteresseerden, bezoekers of relaties van bezoekers beantwoordt: webcare. Of zelfs bezoekersstromen (crowdcontrol) stuurt naar bijvoorbeeld minder drukke stukken op het evenemententerrein, naar de vrije plaatsen op parkeerterreinen, naar podia, facilitaire voorzieningen en uitvalswegen.

Zo ver is het dus nog niet. De onderstaande tabel schetst wat online media monitoring zou kunnen inhouden. Het is de vraag of deze belangen daadwerkelijk samen moeten komen, omdat de overheid er vooral is voor de veiligheid en meestal niet voor het feestje en de organisatie daarvan.

belanghebbende	belang	belang vanuit sociale media bezien
bezoekers/ deelnemers	<ul style="list-style-type: none"><li>• leuk, soepel en veilig evenement</li><li>• goede prijs/kwaliteit-verhouding</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• internetverbinding</li><li>• vrienden laten zien wat je meemaakt</li><li>• in gesprek met artiesten</li><li>• vragen aan evenementenorganisatie kunnen stellen</li><li>• duidelijkheid bij incidenten</li></ul>
thuiszitters/ vrienden/ volgers, zij die er bij hadden willen zijn	<ul style="list-style-type: none"><li>• (live) verslag vanuit bezoekers en deelnemers</li><li>• (live) verslag vanuit evenementenorganisatie</li><li>• informatie bij incidenten</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• vrienden laten zien wat je meemaakt</li><li>• in gesprek met artiesten</li><li>• duidelijkheid bij incidenten</li></ul>
artiesten/ contentmakers	<ul style="list-style-type: none"><li>• goede performance</li><li>• zichtbaarheid</li><li>• inzicht in het bereik</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• internetverbinding</li><li>• delen van performance</li><li>• in gesprek met bezoekers/deelnemers/fans</li></ul>
sponsors	<ul style="list-style-type: none"><li>• zichtbaarheid</li><li>• inzicht in het bereik</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• delen van aanwezigheid en bijdrage (blij met nog meer uitingen in media)</li></ul>

## Analyse buzz bij evenementen

belanghebbende	belang	belang vanuit sociale media bezien
evenementen-organisatie (is soms ook de gemeente)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• leuk, soepel en veilig evenement</li> <li>• tevreden bezoekers</li> <li>• tevreden sponsors</li> <li>• tevreden partners en aannemers</li> <li>• goede reputatie als evenement</li> <li>• goede reputatie als organisatie</li> <li>• online aanwezig zijn tijdens het evenement</li> <li>• bezoekers ervaren online aanwezig zijn van evenementen-organisatie als vanzelfsprekend</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tweede scherm beleving/content delen: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ delen van optredens, sfeer op het evenement, gesprekken aan de randen van het evenement</li> <li>○ delen van online gesprek (retweeten, projecteren)</li> </ul> </li> <li>• zenden: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ zichtbaar aanwezig zijn zodat men je ook online vindt als het nodig is</li> <li>○ uitdragen beleid en actuele ontwikkelingen (afval, drugs, zakkenrollers, programma)</li> <li>○ reclame voor volgende evenementen</li> <li>○ benoemen van sponsors</li> </ul> </li> <li>• dialoog: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ in gesprek met deelnemers op vragen, meningen, fun op inhoud, logistiek, faciliteiten, bemiddeling (vervoer) enzovoorts</li> <li>○ oplossen van problemen en minder nijpende zaken zoals fun-acties waarbij je de verwachting van de bezoeker kan overtreffen</li> <li>○ kaartverkoop op de dag zelf</li> <li>○ winacties om zichtbaarheid te creëren, bijvoorbeeld door trending topic te worden</li> </ul> </li> <li>• incidentencommunicatie: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ duidelijkheid in geval van een licht incident</li> <li>○ duidelijkheid in geval van een crowd-control-incident</li> </ul> </li> </ul>
onderaannemers op veiligheid, vervoer, verkeer, catering	<ul style="list-style-type: none"> <li>• leuk, soepel en veilig evenement</li> <li>• tevreden bezoekers</li> <li>• tevreden evenementen-organisatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• in gesprek met deelnemers op vragen, meningen, fun op inhoud, logistiek, faciliteiten enzovoorts</li> <li>• oplossen van problemen en minder nijpende zaken zoals fun-acties waarbij je de verwachting van de bezoeker kan overtreffen</li> </ul>
gemeente, politie, andere hulpdiensten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• veilig evenement</li> <li>• beheerste risico's</li> <li>• soepel verloop bij incidenten: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ goede informatie-voorziening</li> <li>○ invloed op bezoekers/deelnemers</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• in principe onzichtbaar zijn als alles goed verloopt</li> <li>• in principe adviserend aan de evenementen-organisatie voor interventie via sociale media</li> <li>• beetje zichtbaar zijn zodat deelnemers weten dat we als overheid waakzaam en dichtbij zijn</li> <li>• informeren en bijsturen wanneer nodig</li> </ul>

Het is goed om te constateren dat het bij 'organisatie' en 'veilig' gaat om het luisteren naar online media, het duiden van wat er wordt gezegd en het doen (vervolgactie, interventie). Rond het 'feestje' is het zenden van de evenementenorganisatie en de dialoog dus ook van belang. Dat geldt in mindere mate voor 'veilig'.



## 2 Inzichten uit recente ervaringen

We kijken in dit rapport terug op zeven evenementen en trekken lessen uit het verloop en de inzichten ten behoeve van een betere aanpak. We hebben de volgende evenementen gemonitord: Oosterhout LIVE/Nederland Muziekland, de Tilburgse Kermis en Decibel, het Leidens Ontzet, de intocht van Sinterklaas, het carnaval en een voetbalwedstrijd. Wat laten de berichten op online media rond de evenementen zien: hoeveel, waarover, wat betekent dat enzovoorts. En wat vinden we van de? In dit hoofdstuk bespreken we zeven evenementen, de eersten uitgebreider dan de laatsten. In de bijlagen staan van drie evenementen de bijbehorende analyses. Onderliggende analyses zijn op te vragen.

### 2.1 Oosterhout LIVE/Nederland Muziekland (21 en 22 juni 2013, 6.000 bezoekers)

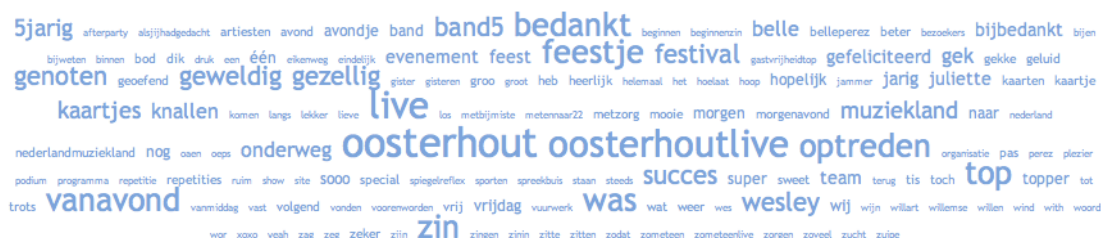
De analyse van de berichten staat in bijlage 1 voor Oosterhout-LIVE en bijlage 2 voor Nederland Muziekland. In deze paragraaf vatten we de inzichten samen, duiden wij de berichten en trekken we lessen uit de aanpak.

#### 2.1.1 Een eerste, rustige oefening met een kleinschalig evenement

Oosterhout LIVE:

- 21 juni 2013, Oosterhout, 4.000 bezoekers;
- 360 berichten op de avond zelf:
  - 15 berichten op 'organisatie': kaarten te koop en te koop gevraagd, over het parkeren dat ver weg was, dat de muziek niet ieders smaak was en dat iemand niet door had dat het buiten was en daar niet op gekleed was;
  - 3 berichten op 'veilig': dat er files zijn door de gekantele vrachtwagen op de A27, dat het op de Vijf Eikenweg even druk was aan het begin van de avond en dat de avond zonder incidenten verlopen is;
  - 5 berichten over het vuurwerk als reactie op het geluid (tot in Dongen);
  - vooral berichten van bezoekers en artiesten;
- online gesprek speelt vooral binnen de regio;
- geen incidenten, wel wat problemen met files en opstopping en taxi's die zich verzamelden bij het nabij gelegen tankstation;
- pieken bij voorbereiden (vanavond naar-berichten), arriveren (onderweg naar berichten), bij vertrek (dankwoorden, duiden van beleving) en bij het vuurwerk (waarnemingen en wat meningen).

#### Tagcloud



Nederland Muziekland:

- 22 juni 2013, Oosterhout, 6.000 bezoekers;
- 450 berichten op de avond zelf:
  - zo'n 20 berichten op 'organisatie', vooral op de prijzen, het geluid, het gemis van 3G en een beetje het weer;
  - vooral berichten van bezoekers en artiesten;
- online gesprek komt ook van buiten de regio ;
- geen incidenten.

## Analyse buzz bij evenementen

Door: [Richard van Rosendaal](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 23:53:14](#) volgers: 0 / vrienden: 0 Case-owner: [frank](#)

Jeetje, wat een tegenvaller zeg!! **Nederland Muziekland** in **Oosterhout**... Veel artiesten maar gewoon **geen** sfeer, veel te dure consumptieprijs in **slecht** getapte plastic bekertjes. Nee, daar gaan we niet meer naar toe en blijf ik trots op het super gezellige en intieme Parkfeest Festival! Ik heb gezegd.....  
facebook.com

Door: [dnerix](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 20:33:50](#) volgers: 68 / vrienden: 274 Case-owner: [boaz](#)

 Wat een beroerd geluid zeg! #NML :-(  
twitter.com

Door: [scozeuven](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 18:12:04](#) volgers: 58 / vrienden: 56 Case-owner: [boaz](#)

 Schandalige prijzen op #nederlandmuziekland  
twitter.com

Door: [miekedeweert](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:19:56](#) volgers: 295 / vrienden: 344

 Jammer dat mijn 3G dezelfde kuren vertoonde als het ZOMERweer. Maar het was een heerlijk feestje: #NML - <http://yfrog.com/odamozfaj>  
twitter.com | [webcare](#)

Door: [Famke29](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:04:37](#) volgers: 33 / vrienden: 71

 Jammer dat het natjes was.... En veel onbekende nummers.... #nederlandmuziekland  
twitter.com | [webcare](#)

### Tagcloud

2013 2de artiesten avond bedje beginnen beginnin bekijk beleven benieuwd Bier bij bijen bijpraten blijft borst brabant breda cafe dagen decor  
doorgaan droog eindelijk engisteravond envonden ers evenement eventueel fantastisch feest feestje festival festivalheel festivals fijn file foto gave  
geluid genoten geplaatst gesigneerd geweldig geweldige gezellig gezellige gezien gigantisch gisteravond gisteren groot grote gunst helemaal het  
hoelaat hoop hopen htt ledere isto jammer jason kaarten kaartjes kus lang langs letterlijk levert little live mag maricmedia marktplaats meezingen metop mogen morgen  
muziekland namensdeze nederland nederlandmuziekland neef nml ondanks  
onderweg oosterhout optreden parkeren pas pic pinterest podium publiek ready regen regent rock sbs6 scooter sept sorry  
spreekbuis staan start stond straks succes super thank tickets tijdens toe toeter top tred utrecht uur vanavond vandaag vansuper veel verbaasd  
vermist volgers vondrecht voor vriend vuurwerk waanzinnig was wat wauw wederom weer wij winnen youtube zien zin zingen zodat zomer zon zorgen zorgen ZOVER zzp

Ter vergelijking -dus zelfde weersomstandigheden- op 22 juni 2013 speelde Bruce Springsteen in het Goffertpark in Nijmegen:

- 60.000 bezoekers;
- 4.269 berichten op de avond zelf;
- 176 berichten op 'veilig'.

### 2.1.2 Vooral berichten over 'feestje' en de organisatie daarvan

Na het lezen van de berichten is het patroon:

- sentiment in berichten neemt toe in de loop van de avond;
- vooral berichten over het 'feestje': we zijn onderweg, we vinden wat van de artiesten, de artiesten vinden het geslaagd enzovoorts;
- er zijn berichten met meningen, tips en ervaringen vanuit bezoekers op 'organisatie':
  - onderwerpen die voorbij komen zijn de prijs van de consumpties, het weer, verzoek of aanbod van kaarten, files op de weg, het parkeren is relatief ver van het festivalterrein;
  - vuurwerk werd online waargenomen en besproken tot in omliggende dorpen;
- rond 'veiligheid' is het aantal berichten zeer beperkt:
  - berichten over sfeer zijn zichtbaar, net als de berichten van de lokale politie-agent die over het verkeer en het parkeren gaan;
  - de problemen met kruisend verkeer en voetgangers bij de rotonde is online niet waar te nemen; zowel zoeken op Oosterhout LIVE als op de namen van de straten of een begrip als rotonde levert of juist geen hits op bij de combinatie van zoekwoorden, of juist heel veel ruis op met berichten die niet over Oosterhout gaan;
  - dat het parkeren relatief ver weg is, is beperkt zichtbaar.

### 2.1.3 De eerste lessen

Er tekent zich een werkwijze af, zie het volgende hoofdstuk. De volgende inzichten zijn daarin reeds verwerkt.

De gemeente en de politie hadden proactief wat zichtbaar kunnen zijn ten dienste van waakzaamheid en zichtbare aanwezigheid: dit helpt in de beleving van veiligheid door de bezoekers, geeft ze een degelijk gevoel bij de organisatie en helpt bij het zijn van een ingang voor deelnemers en het thuisfront bij incidenten.

De organisatie Oosterhout LIVE was tot 05:36 uur op de dag van het evenement zichtbaar op Twitter en daarna niet meer. Gemiste kans op de vele fronten die online aanwezigheid tijdens het evenement biedt. Zoals het zijn van een aanspreekpunt, het bieden van oplossingen, het bieden van een tweede scherm beleving, het verbinden van artiesten en bezoekers, het zichtbaar maken van sponsors en onderaannemers en eigen activiteiten enzovoorts.

Start de voorbereidingen voor dat het evenement begint en niet op de evenementenlocatie. Dat geeft je de rust en de ruimte om wanneer je wel bij het evenement zelf bent, gelijk in de heat of the moment te springen.

Goed om ruim voor dat het programma begint te monitoren op de reisbewegingen. De dagen en uren voorafgaand aan het programma is er nog wat handel in kaarten (mogelijk). Tot een uur na afloop van het programma moeten de reisbewegingen en het schoonvegen van het terrein gevolgd worden.

Organiseer goed internet en reken niet op 3G-verbindingen.

Inzage in het communicatieplan, de evenementenorganisatie, het veiligheidsplan en een wandeling over het terrein helpen om de zoekopdrachten te formuleren. Het lijkt handig om dichterbij de productie van het evenement en de camera-communicatiewagen te zitten om zo de beelden bij het evenement op te vangen.

Het lijkt handig om op deze schaal de monitoring en webcare op 'feestje', 'organisatie' en 'veilig' in één hand te beleggen, met mandaat maar wel met korte communicatielijnen naar productie en de gemeente (en eventueel de politie). Dit vraagt wel zeer goede afstemming vooraf op mandaat vanuit 'feestje', 'organisatie' en 'veilig': wat mag ik wel of niet zeggen, mag ik wat goedmaken, wanneer welke boodschap uit welk account, enzovoorts.

Zoeken op de naam (en haar synoniemen), de facebookpagina's en de hashtag van het evenement lijken een volledig beeld te geven van het relevante online gesprek. Een online monitor helpt vervolgens om planmatig en herleidbaar berichten te verwerken (lezen, reageren, doorzetten, duiden) en analyses te maken (statistieken, fact-checking, rapporteren). Het duiden van de berichten vraagt om gevoel voor de belangen van de verschillende spelers: hoofd- en bijzaken, reputatie, problemen oplossen, juiste prioriteiten, juiste toon, informatie op maat.

## 2.2 Roze Maandag op de Tilburgse Kermis (22 juli 2013, Tilburg, 300.000 bezoekers)

De analyse van de berichten staat in bijlage 3. In deze paragraaf vatten we de inzichten samen, duiden wij de berichten en trekken we lessen uit de aanpak.

### 2.2.1 Een hele drukke binnenstad op een hele warme dag

- 22 juli 2013, Tilburg, 300.000 bezoekers;
- 6.656 berichten op deze dag:
  - 11 berichten over 'organisatie': één bericht dat het goed georganiseerd is en retweets van plekken in de stad waar het volgens de organisatie druk is;
  - 527 berichten op 'veilig' (incidenten, risico's en vermissing): waarvan 11 berichten 'getagd' en vijf zenderprofielen zijn aangemaakt. Geen grote incidenten: iemand die zei dat hij iemand pillen zag dealen voor zijn raam, iemand die een jongen knock-out zag gaan naast hem, een paar online dreigingen van mensen die met elkaar op de vuist wilden gaan (niet op kermisterrein overigens), een kind dat kort vermist was, veel klachten over vertraging van treinen naar Tilburg en hitte in treinen en een nepbericht van iemand die verkondigde dat er bezoekersstop op de kermis was wegens drukte;
  - vooral berichten van bezoekers en mensen die willen gaan of blij zijn dat ze niet gaan omdat het te warm is; ook veel informatieve berichten vanuit het @KermisinTilburg account en Taskforce Tilburg stuurt tweets uit naar aanleiding van meldingen (bijvoorbeeld zakkenrollers en vermissingen);
- online gesprek speelt vooral binnen de regio;
- geen incidenten, wel wat problemen met treinvertragingen en een redelijk vaak geretweet bericht van iemand die verkondigde dat er een bezoekersstop was op de kermis wegens drukte. Dit was een grap maar dat was niet voor iedereen helder;
- de Taskforce Tilburg Veilig was op 22 juli vanaf 09:00 uur tot 01:48 uur online zichtbaar. De gemeente Tilburg was online zichtbaar van 10:00 uur tot 00:00 uur. Er waren korte lijntjes tussen gemeente (feestje) en Taskforce (veilig).



### 2.2.2 Duiden

Na het lezen van de berichten is het patroon:

- sentiment in berichten is gelijk verspreid over de dag: beduidend meer positief dan negatief sentiment; positieve sentiment bereikt hoogste piek op 16:00 uur;
- vooral berichten over het 'feestje': 'we zijn onderweg', 'we zijn er al', 'we vinden het geslaagd' en mensen die balen dat ze dit jaar niet kunnen gaan;
- weinig vragen aan de organisatie: één persoon vraagt hoe laat de kermis open gaat;

- er zijn weinig berichten over de organisatie: één bericht over goed geregelde kermis en rest zijn retweets van plaatsen waar het volgens de organisatie druk is;
- @KermisinTilburg is online zichtbaar: tweeten proactief en beantwoorden ook vragen van bezoekers; er hing bijvoorbeeld een plattegrond verkeerd om bij het station, dit stond in een tweet en is vervolgens door de organisatie meteen opgepakt; ook het account van Taskforce Tilburg Veilig is online zichtbaar: als er bijvoorbeeld een melding kwam van een zakkenroller of van een vermist kind, plaatsten zij dit meteen online;
- rond 'veilig' is er weinig gebeurd:
  - berichten over sfeer zijn zichtbaar: iedereen vindt het gezellig en heeft het naar zijn zin;
  - de elf getagde berichten rondom veiligheid betreffen geen grote incidenten: een tweet waarin iemand een jongen 'knock-out' zag gaan, is meteen gemeld en nagetrokken; een melding van iemand die zag dat er pillen werden uitgedeeld voor zijn raam is opgebeld voor meer informatie; beide meldingen bleken mee te vallen; daarnaast is een online conversatie in de gaten gehouden tussen twee jongens die met elkaar wilden gaan vechten op het station van Tilburg op 'vrijdag' (hier is een profiel van gemaakt); er is één bericht gezien waarin iemand vroeg wie er naar de Tilburgse Kermis ging om homo's in elkaar te slaan;
  - veel berichten over de treinen die vanuit verschillende richtingen naar Tilburg vertraging hadden: mensen klaagden over lange wachttijd en hitte in de treinen; ook signaleerden we online berichten over luchtballonnen die over de kermis wilden varen: met de ballonvaarders is contact gezocht en verzocht om een andere route te nemen;
  - ook enkele offline meldingen die online niet zichtbaar waren: vermissingen van kinderen en een conflict tussen taxichauffeurs binnen en buiten de regio; dit kreeg de politie binnen via meldingen maar is online niet over gesproken.

### 2.2.3 Lessen voor een betere aanpak

Het advies op de aanpak uit paragraaf 2.1.4 over de monitoring van Oosterhout LIVE en Nederland Muziekland is toegepast bij de monitoring van Roze Maandag van de Tilburgse Kermis.

*Start de voorbereidingen voor aanvang van het evenement en niet op de dag zelf op de evenementenlocatie*

De voorbereidingen voor het monitoren van de Tilburgse Kermis zijn ruim twee weken voor het evenement begonnen. Zoekopdrachten zijn voorafgaand aan de kermis klaargezet samen met de Taskforce. Er is flink gebrainstormd over mogelijke risico's en incidenten, straattaal en synoniemen. Op basis hiervan is de monitor twee weken voordat de kermis begon al ingericht. Ook zijn binnen de monitor de berichtenstromen (stroom risico, stroom incidenten, stroom alerts enzovoorts) zo ingericht dat je per persoon tegelijkertijd verschillende berichtenstromen kunt afhandelen.

*Goed om ruim voor aanvang van het programma te monitoren op de reisbewegingen*

De eerste trein met bezoekers kwam om 12:00 uur aan. Vanaf 11:00 uur zijn ook reisstromen in de gaten gehouden en waren er in de meldkamer live camerabeelden van het station.

*Organiseer goed internet en reken niet op 3G-verbindingen*

Er waren geen klachten over slechte netwerkverbindingen op de kermis.

*Inzage in het communicatieplan, de evenementenorganisatie, het veiligheidsplan en een wandeling over het terrein helpen om de zoekopdrachten te formuleren*

In de maanden voorafgaand aan de kermis zijn er bijeenkomsten geweest tussen gemeente (feestje), Taskforce (veiligheid) en HowAboutYou (monitoring en analyse). Op

basis van deze bijeenkomsten, het lezen van projectopzetten en brainstorms, zijn zoekopdrachten geformuleerd.

*Het lijkt handig om op deze schaal de monitoring en webcare op 'feestje', 'organisatie' en 'veilig' in één hand te beleggen, met mandaat maar wel met korte communicatielijnen naar productie en de gemeente (en de politie?). Dit vraagt wel zeer goede afstemming vooraf op mandaat vanuit 'feestje', 'organisatie' en 'veilig'*

Er was een directe lijn tussen Taskforce en online analisten, omdat zij in dezelfde ruimte zaten te monitoren. Er was tussen Taskforce en gemeente een korte lijn: als een melding zoals een plattegrond die niet juist was opgehangen zich voordeed, belde Taskforce meteen naar de gemeente. Voordeel van deze korte lijnen is dat acties snel werden opgepakt. Ook als er een melding kwam van de buitendienst, werd deze meteen in de monitor opgepakt. Er werd bijvoorbeeld melding gedaan dat er spanning was tussen taxichauffeurs binnen en buiten de regio op een taxistandplaats. Op basis van deze melding zijn meteen zoekopdrachten gemaakt om te kijken of er online wat te vinden was. We hebben geleerd dat korte en directe lijnen tussen de verschillende organisaties belangrijk zijn voor onder andere interventies. Als men online een opvallend bericht vond (bijvoorbeeld iemand die voor zijn raam iemand zag dealen in pillen), maakte de Taskforce hiervan meteen een melding. De persoon die het bericht plaatste is meteen opgebeld voor nadere uitleg. Door deze nauwe samenwerking werden signalen en incidenten snel opgepikt en eventuele interventies doorgevoerd.

*Het duiden van de berichten vraagt om gevoel voor de belangen van de verschillende spelers: hoofd- en bijzaken, reputatie, problemen oplossen, juiste prioriteiten, juiste toon, informatie op maat*

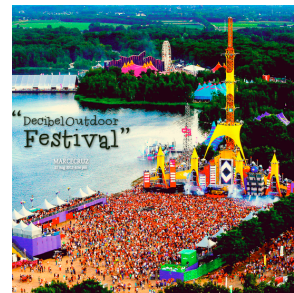
De verschillende spelers bij de online monitoring van de Tilburgse Kermis waren gemeente, Taskforce en online analisten. Ieder had zijn eigen specialisme (gemeente=feestje; Taskforce=veiligheid en interventies doen op signalen; online analisten= monitoren, analyseren berichten en zo nodig maken van zenderprofielen) en een combinatie van deze specialismen en daarbij ook nog eens korte lijntjes tussen deze spelers, heeft gezorgd voor een soepel verloop van de monitoring van de Roze Maandag op de Tilburgse Kermis.

## 2.3 Decibel (16, 17 en 18 augustus 2013, Hilvarenbeek, 50.000 bezoekers)

### 2.3.1 Een housefeest op een zeer zonnige dag met 50.000 bezoekers

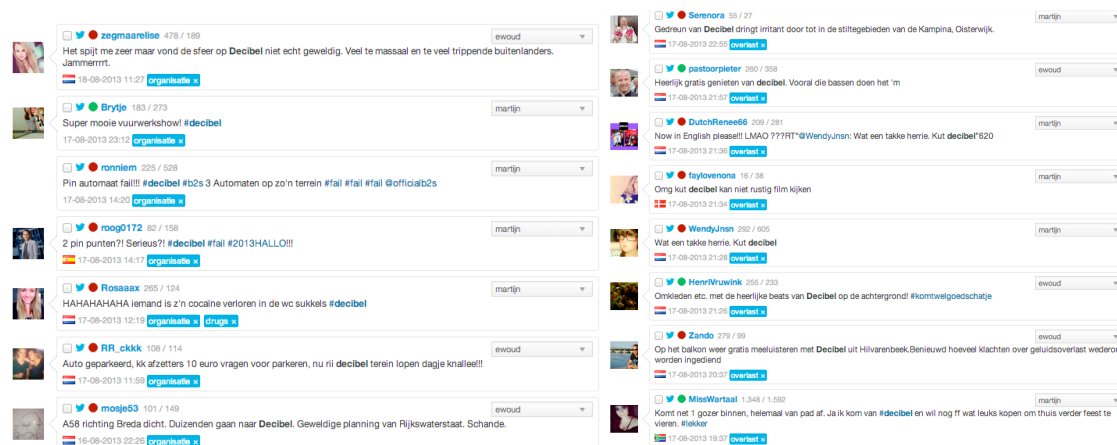
Binnen de housecultuur van Nederland is een hardcore scene. Deze komt regelmatig bij elkaar op dansfeesten. Decibel is een hardcore dance festival dat jaarlijks nabij het terrein van de Beekse Bergen wordt georganiseerd. Hier komen zo'n 50.000 bezoekers op af. Er wordt relatief veel drugs gebruikt. Onder de bezoekers zijn standaard grote groepen aanhangers van rivaliserende voetbalclubs. Een bedrijf organiseert het evenement, inclusief de veiligheid. De politie is op locatie beschikbaar voor aanvullende controles en verdergaande incidenten. HowAboutYou helpt de Taskforce Tilburg Veilig met online media monitoring:

- monitoren van zaterdag 17 augustus 10:00 uur tot zondag 18 augustus 02:00 uur;
- met twee personen 9.300 berichten gelezen;
- online media monitoring direct naast de informatiestromen van de EHBO, de beveiliging en de facilitaire zaken;
- niet naast de communicatie-afdeling van Decibel zelf;
- zeer warme dag.



### 2.3.2 Gebrek aan internet belemmert zicht

Het gebrek aan internet op het festivalterrein, het massaal opbergen van spullen in kluisjes en opgaan in het feestgedruis beperken het online zicht op het festival van binnenuit. Pas op de terugweg en de dagen erna is er verslaggeving maar details over gebeurtenissen en incidenten zijn dan niet meer zichtbaar. Er zijn relatief veel berichten over de organisatie bij aanvang van het evenement (blijkbaar had men toen één een smartphone én internet paraat). Er zijn relatief veel berichten over geluidsoverlast in de avond. Geluidsoverlast is zichtbaar per artiest, podium en windrichting.



Er waren tientallen orde- en klein medische incidenten. Deze waren nauwelijks zichtbaar. Wel is er een testtweet van een burgemeester op werkbezoek uit gehaald. De burgemeester gaf aan een tictac te verstoppen om zo de controles bij de ingang te willen testen. Als er berichten zijn, dan zie je ze dus. Ruim 350 mensen geven online aan aanwezig te zijn. De aanwezige aanhangers van voetbalclubs zijn online niet als zodanig zichtbaar.

### 2.3.3 Je kunt meer met online media dan alleen marketing!

Wat opvalt is dat de organisatie vooral met marketingdoeleinden sociale media inzet, niet om de verbinding aan te gaan met de bezoekers of om ze te bedienen (vragen afhandelen, klachten aannemen, laten zien dat je het signaal van overlast hebt opgevangen). Het lijkt ook niet waarschijnlijk dat zij lijsten hebben aangemaakt met

## Analyse buzz bij evenementen

'bezoekers' en 'thuisblijvers'. Een gemiste kans omdat je zo in geval van een incident wel veel meer belanghebbenden kunt bereiken. En je leest de berichten toch. Er waren 300 beveiligers; als je via sociale media de 350 online en fysiek aanwezigen kunt bereiken, dan bereik je dus al twee keer zo veel mensen bij een incident! Nog een reden om voor internet en webcare te zorgen.



## 2.4 Leidens Ontzet (2 en 3 oktober 2013, Leiden, 100.000 bezoekers)

### 2.4.1 Heel veel mensen een nacht lang in een krappe binnenstad

Jaarlijkse vindt in de binnenstad het Leidens Ontzet plaats waarbij het Beleg van Leiden tijdens de Tachtigjarige Oorlog wordt herdacht. 3 October Vereeniging organiseert verscheidene culturele, historische en muzikale activiteiten. Er komen zo'n 100.000 bezoekers, ook 's nachts. HowAboutYou ondersteunde de gemeente en politie bij het monitoren op veiligheid. De monitoringsactiviteiten zijn in het kort:

- inventariseren van risico's en kenmerken van het evenement;
- monitoren van 2 oktober 20.00 uur tot 3 oktober 3.00 uur;
- ongeveer 6.000 berichten gelezen;
- zoekopdrachten op onder andere incidenten, risico's, verkeer, voetbalsupporters, locaties;
- berichten lezen, metadateren en rapporteren;
- zenden en webcare vanuit gemeente- en politie-accounts;
- factchecking.

### 2.4.2 Rustige nacht met weinig grote incidenten

Het monitoren van het Leidens Ontzet leverde enkele concrete resultaten en bevindingen op:

- enkele incidenten met vechtpartijen; twee personen die melding maken van vechtpartijen;
- reacties op de speciaal gelanceerde 3 oktober app waren overwegend positief.



### 2.4.3 Videoverkeer en online beelden is een krachtige combinatie

Het monitoren van beelden op de locatie waar ook de overige veiligheidssystemen worden gemonitord is handig en kan versterkend werken:

- factchecking na meldingen bij politie over messentrekkers en hooligans leverde geen berichten op;
- beelden via videoschermen en online beelden versterken elkaar en is een krachtige combinatie.

### 2.4.4 Samenwerking tussen politie en gemeente zorgt voor efficiëncyslag

Niet alleen het monitoren op zichzelf leverde aanvullende inzichten op. Ook organisatorisch zijn er lessen:

- samenwerking op dezelfde locatie tussen gemeente en politie is fijn, omdat de lijntjes kort zijn; het zorgt bovendien voor een efficiëncyslag omdat het monitoringswerk maar één keer wordt gedaan voor beide partijen;
- een nog kortere lijn met porto- en videoverkeer zorgt voor kruisbestuiving van informatiestromen waardoor meer zaken te checken zijn; sociale media kunnen beelden bij meldingen geven;
- uitbreiding van webcare door gemeente en politie door ook echt het gesprek aan te gaan met aanwezigen kan toegevoegde waarde hebben;
- beschikbaarheid van een goede internetverbinding is essentieel; zowel voor de organisatie om te monitoren, maar ook mobiel internet in de binnenstad waardoor realtime meer reacties van aanwezigen kunnen worden opgehaald.

## 2.5 Intocht Sinterklaas (16 november 2013, Groningen, 45.000 bezoekers)

### 2.5.1 Lokaal evenement dat nationaal wordt beleefd

Op 16 november 2013 organiseerde de gemeente Groningen de landelijke intocht van Sinterklaas. Tijdens de intocht stonden 45.000 bezoekers langs de route en NOS deed live verslag van het evenement op Nederland 1. Ten tijde van het evenement was er veel maatschappelijk sentiment door de racismediscussie over Zwarte Piet. Zowel de gemeente Groningen als de politie monitorde online media op het politiebureau in Groningen. HowAboutYou ondersteunde de gemeente. De monitoringsactiviteiten in het kort:

- monitoring (3 personen) en webcare (3 personen) van 9:00 tot 15:15 uur;
- 6.500 berichten op online media over de intocht in Groningen;
- 600 mentions (inclusief retweets) van het gemeenteaccount @sintgroningen;
- drie opruiende tweets doorgespeeld aan de politie; politie ondernam direct actie;
- vijf klachten over geluidsoverlast, tien signalen over het wat stijf overkomen van de burgemeester.

### 2.5.2 Webcare én monitoren

Tijdens het evenement werden online gesprekken niet alleen gevolgd, maar de gemeente Groningen nam waar nodig ook deel aan het gesprek:

- weinig berichten over de drukte tijdens de intocht; twee klachten over het mobiele netwerk;
- opruiende berichten voortvloeiend uit de pietendiscussies klonken alleen voor de intocht, tijdens het evenement geen opruiende berichten meer;
- op Twitter verschenen enkele verontwaardigde berichten over de uitgedeelde polsbandjes; die werden door het webcareteam van de gemeente Groningen beantwoord; reacties werden over het algemeen met begrip ontvangen.



### 2.5.3 Webcare en online media monitoren blijkt handig om andere media te voeden

Het volgen en deelnemen van het online gesprek leverde een aantal successen op:

- traditionele media pakten berichten uitgezonden door het account @sintgroningen goed op en verwerkt ze in nieuwsartikelen; de gemeente kon hiermee deels externe communicatie sturen;
- op Twitter gaven bezoekers en kijkers veel complimenten over de stad Groningen en de onzichtbaarheid van de politie tijdens de intocht.

### 2.5.4 Korte lijntjes en deelnemen aan het gesprek werpen vruchten af

Uit de evaluatie blijkt de waarde van monitoring en webcare tijdens de intocht van Sinterklaas en evenementen in het algemeen:

## Analyse buzz bij evenementen

- risico's voor het evenement worden op Twitter zichtbaar voorafgaand aan het evenement;
- grote aandacht van traditionele media geeft een extra dimensie aan het online gesprek: tientallen twitteraars bekritiseerden bijvoorbeeld de (waarnemend) burgemeester: hij zou een te forse indruk geven en deed 'flauw' omdat hij niet wilde meezingen;
- actief deelnemen aan het online gesprek vergroot de zichtbaarheid en zorgt ervoor dat mensen het account kunnen vinden bij vragen;
- gezamenlijk optrekken van politie en gemeente bij het monitoren werd wederzijds als voordeel gezien; door korte lijntjes kan snel actie worden ondernomen.

## 2.6 Carnaval (2 en 3 maart 2014, Den Bosch, 100.000 bezoekers)

### 2.6.1 Traditionele drukte op station en in de binnenstad tijdens carnaval

Op 2 en 3 maart werd in Den Bosch, net als in veel plaatsen in de zuidelijke provincies, Carnaval gevierd. Op 2 maart was de intocht van De Peer en op 3 maart was er de grote optocht. Dit zijn doorgaans zeer drukke evenementen met veel kinderen in de binnenstad. De gemeente wilde ook online grip hebben:

- de gemeente Den Bosch organiseerde een veiligheidsoverleg met de organisatie van de intocht/optocht, de afdelingen openbare ruimte, de veiligheidspartners politie, GGD en brandweer en met monitoring van online media door HowAboutYou;
- online media monitoring vond plaats in het veiligheidsoverleg: alle informatielijnen kwamen bij elkaar!
- dashboards en rapporten werden ingericht op de zoekopdrachten die op basis van geïnventariseerde risico's waren opgesteld;
- 2.500 berichten gelezen waarvan 80 berichten gemetadateerd (getagd);
- 2 maart was het erg mooi weer dat heel erg veel mensen op de been bracht, de stad was drukker dan ooit;
- monitoring lag bij het veiligheidsoverleg, webcare bij de woordvoerders van de gemeente.

### 2.6.2 Monitoren op openbare orde en organisatie

De dashboards en rapporten voor het monitoren waren ingericht op openbare orde en de organisatie van het carnaval in de stad met speciale aandacht voor zaken als drukte, veiligheid en klachten. Het monitoren leverde enkele concrete inzichten op:

- meldingen van zakkenrollers met opsporingsinformatie;
- beelden bij een vermist meisje en de online oproepen die daarop volgden;
- complimenten en klachten over de schoonmaak van de stad;
- vertragingen op het spoor en drukte op het station;
- signalen over organisatie en gedrag van bezoekers.



### 2.6.3 Online media bevestigen bekende signalen en melden ze soms sneller

Online media monitoring kan naast de concrete voorbeelden van toegevoegde waarde zijn en als aanvullende bron van informatie dienen. Voor het carnaval in Den Bosch betekende dat:

- in sommige gevallen komen signalen over drukte of criminaliteit eerder binnen dan via traditionele communicatiekanalen;
- sociale media bieden beelden en bevestigen binnengekomen signalen;
- soms komen relevante signalen ook van buiten het geografische aandachtsgebied;
- vooral journalisten melden bruikbare observaties omdat zij vaak vanuit een ander perspectief kijken.

### 2.6.4 Opzetten van een dashboard helpt, maar er blijven kansen liggen

Sociale media bieden de extra ogen die veiligheidsfunctionarissen soms tekort komen. In de evaluatie van het carnaval in Den Bosch concludeerde het veiligheidsoverleg dat het opzetten van een dashboard en bijbehorende rapporten helpt bij het krijgen van meer grip op evenementen. Ook formuleerde het overleg enkele kansen voor de toekomst:

- doorklikken op links in berichten is essentieel voor een goede duiding;
- de beperkte beschikbaarheid van mobiel internet in de binnenstad vermindert het aantal berichten en dus zijn er minder berichten van tipgevers of ooggetuigen;

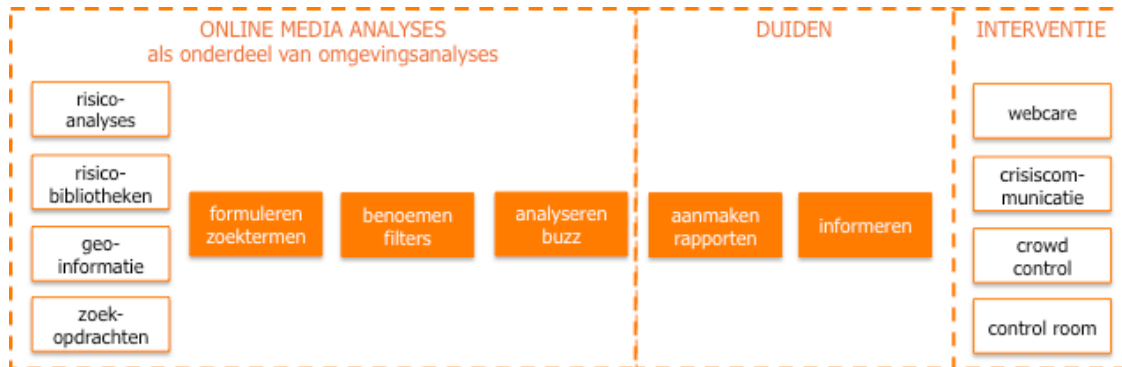
## Analyse buzz bij evenementen

- webcare (het gesprek aangaan online) werd nog niet benut door het overleg; in de toekomst kan deelnemen aan het gesprek een extra impuls geven aan de verbinding tussen organisatie en de feestvierders;
- de afstand tussen woordvoering en het veiligheidsoverleg was groot; het toevoegen van de afdeling communicatie aan het overleg komt omgevingsanalyses ten goede.

### 3 Een werkwijze tekent zich af

#### 3.1 Online media monitoring als proces

Het doel van het online media monitoren bij evenementen is sterk afhankelijk van de reikwijdte: alleen 'veilig' of ook op 'organisatie' of zelfs 'feestje'. Na eerdere ervaringen met het monitoren op de openbare orde en 'veilig' is het volgende processchema opgesteld. De werkwijze voor 'organisatie' en 'feestje' is in principe dezelfde alleen kijk je naar andere onderwerpen en heb je met andere spelers en interventies te maken.



Het begint bij kennis van het evenement zelf. Wat is het voor een evenement, wat is het programma, hoe ziet het terrein eruit, wat zijn de bezoekersaantallen enzovoorts. Vervolgens is een verdieping op mogelijke risico's nodig want die bepalen waarop gezocht gaat worden: welke incidenten waren er afgelopen jaar, wat zijn de risico's nu, zijn er signalen op afwijkend gedrag enzovoorts. Met de kennis van de risico's, eventueel na stevig spitwerk en verschillende interviews met kenners van het evenement en de risico's, worden bij de risico's de woorden gezocht waarmee men op online media bij de risico's passende gebeurtenissen zal bespreken; de risicobibliotheken. Denk aan woorden als vechten, vechtpartij, steekpartij, mes, trappen, slaan, meppen, in elkaar trappen enzovoorts. Tevens worden de locaties, die in online media kunnen worden genoemd, geïventariseerd.

Vanuit deze beschrijvingen worden de zoektermen en filters afgeleid waarmee de online media zullen worden afgestruind. Dit is een dynamisch proces door ontwikkelingen tijdens de voorbereidingen en tijdens het evenement zelf. Op signaalwoorden wordt een alarm ingesteld en op een logische ordening van risico's worden dashboards ingeregeld. Zo is bij een hoog volume aan berichten middels alarmfuncties en de dashboards een evenement op vele aspecten overzichtelijk te volgen. Daarnaast worden zo veel mogelijk de berichten gelezen en geduid. Opvallende berichten worden gelijk geanalyseerd op de afzender, aard van de conversatie en aard van het gedrag van de afzender online. Indien gewenst worden de online media analyses als kaal rapport direct naar de belanghebbende gestuurd. Vaak worden de analyses voorzien van duiding en uitleg zodat in een oogopslag helder is waarover het gaat en wat de impact is.

Indien beschikbaar wordt middels korte lijntjes met verantwoordelijken voor de veiligheid bij de evenementenorganisatie (en de politie, het OM en de gemeente) geverifieerd, aangevuld of het signaal overgedragen. De combinatie tussen online en fysieke waarneming blijkt snel en effectief.

Afhankelijk van de situatie volgen vanuit de evenementenorganisatie online interventies middels webcare, eventcommunicatie of crisiscommunicatie. Fysieke interventies op crowdcontrol of vanuit de veiligheidsketen zijn uiteraard ook mogelijk.

## 3.2 En daarmee tekent zich een aanpak in vijf stappen af

Een aanpak voor de monitoring van een evenement bestaat uit vijf stappen. De zwaarte van de uitvoering van de stappen is sterk afhankelijk van de aard, omvang en risico's van het evenement.



### 3.2.1 Stap 1. Organiseren van het monitoren

Vaak zal het belang om te monitoren bij verschillende partijen liggen. Het is een nieuwe activiteit en er zijn verschillende spelers bij betrokken. In deze stap zetten we het monitoren voor dit specifieke evenement in de steigers. Deze stap bestaat uit de volgende activiteiten:

1. organiseren van opdrachtgeverschap;
2. eventueel betrekken van verschillende belanghebbenden zoals de evenementenorganisatie, haar onderaannemers, de gemeente, de politie en technologie-partijen;
3. vaststellen van het doel van het online media monitoren: alleen op 'veilig' of ook op 'organisatie' of zelfs 'feestje';
4. opstellen van een plan van aanpak, planning en kostenraming;
5. organiseren van contactpersonen bij politie, OM, gemeente en evenementorganisatie op het niveau van crowd control en operationele besturing van het evenement (directe lijntjes boven in de organisaties, bij de controlroom en bij personen met invloed);
6. organiseren van het projectteam;
7. organiseren van budgetten en overeenkomsten;
8. organiseren van logistiek als locatie, internet en toegang.

### 3.2.2 Stap 2. Inventariseren van de risico's

De te beheren risico's zullen grotendeels voor verschillende evenementen dezelfde zijn. Toch zal op maat een risico-inventarisatie en netwerkanalyse moeten worden opgesteld voor (deze versie van) het evenement. Dit helpt ook om een essentieel warm informatie- & beïnvloedersnetwerk voor (deze versie van) het evenement te kunnen ontwikkelen.

Deze stap bestaat uit de volgende activiteiten:

9. interviews met experts van het evenement, het programma en de risico's;
10. veldwerk en spitwerk;
11. organiseren netwerk van beïnvloeders rond het evenement, de bezoekers en de risicogroepen;
12. organiseren netwerk van experts en aanwezigen;
13. opbouwen van risicobibliotheken (personen, type incidenten, specifieke onderwerpen en risico's), geo-overzichten zoals locaties.

Stap 2 is vooral van belang bij grootschalige evenementen met een sterk risicoprofiel. Bij 'vriendelijke' evenementen is de risico-inventarisatie te gebruiken die op elk evenement terugkomt (onder andere op ordeverstoring, verkeer, vervoer, drukte, gezondheid, sfeer).

### 3.2.3 Stap 3. Inregelen van het team en de online media monitor

Het team en de online media monitor worden voorbereid en ingeregeld zodat grote stromen berichten efficiënt kunnen worden geanalyseerd. Deze stap bestaat uit de volgende activiteiten:

14. formuleren zoektermen en filters;

15. instellen alarm en dashboards;
16. trainen van nieuw te betrekken collega's (van opdrachtgever, politie, OM en evenementorganisatie);
17. afspraken maken over communicatielijnen: wie geeft signalen aan wie door;
18. eventueel afstemmen over webcare: wat mogen wij wel zeggen en wat niet, namens wie spreken wij, hoe stemmen we dat af en kunnen we kadootjes uitdelen bij klachten en vragen?

#### 3.2.4 Stap 4. Real time analyseren en interveniëren

Bij grote, risicovolle evenementen worden de weken en dagen voorafgaand aan het evenement de relevante risico's gemonitord. Tijdens het evenement volgt het team alle ontwikkelingen op online media rond het evenement met extra aandacht voor de risico's. Binnen deze stap voeren wij de volgende activiteiten uit:

19. real time volgen van de dashboards;
20. lezen van berichten;
21. nalopen afzender en context bij interessante berichten;
22. afstemmen met de 'control-room' en het veld over signalen die over en weer zijn ontvangen;
23. bijstellen van de zoekopdrachten;
24. uitvoeren van analyses en opstellen van rapportages;
25. informeren van belanghebbenden met rapportages op maat;
26. eventueel reageren op berichten: webcare.

#### 3.2.5 Stap 5. Leren van de aanpak

Het monitoren van de risico's bij evenementen op online media is relatief nieuw. In deze fase is daarom elke case belangrijk om van te leren. Daarbij horen ook vragen als 'heeft het monitoren op deze manier toegevoegde waarde op de andere informatiebronnen en processen?'

Binnen deze stap voeren wij de volgende activiteiten uit:

27. evalueren van de aanpak en de resultaten;
28. eventueel besluit nemen over vervolg;
29. delen van de aanpak, de praktijkervaring en de lessen.

De aanpak is indien wenselijk uit te breiden op crowdcontrol en crisiscommunicatie maar daar zijn in principe andere processen voor.

### 3.3 Organisatie

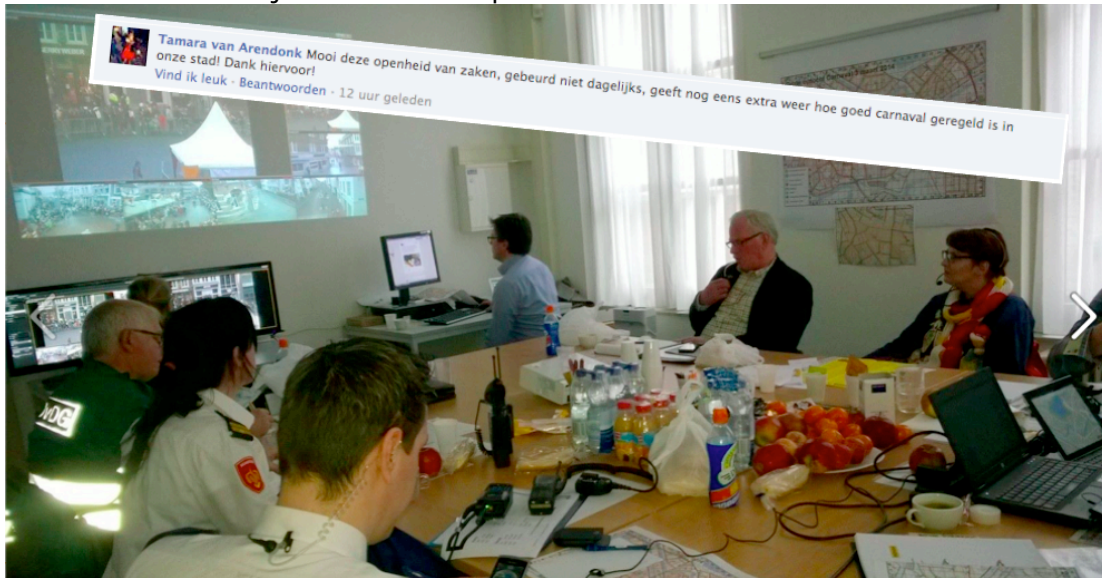
Een aanpak heeft ook inbedding in een organisatie nodig.

Webcare en campagnes op 'feestje' ligt vooral bij de evenementenorganisatie. Deze webcare wordt vooraf uitgevoerd en is vanuit het belang van de marketing al goed georganiseerd. Online media monitoring en webcare op 'organisatie' en op 'veilig' is nog te beleggen. Bij Oosterhout LIVE en Nederland Muziekland was dit bijvoorbeeld nog niet belegd. Bij deze evenementen werd wel vanuit de meldkamer van de politie meegekeken maar dat betekent in de praktijk dat er als er gekeken wordt, er met een andere bril en meer reactief –alleen bij incidenten van een bepaalde omvang- wordt gekeken. Het is handig om met mandaat in één hand te beleggen: vanuit één plek met meerdere personen met elk een eigen pet ('feestje', 'organisatie', 'veilig'); het kan ook met één of twee personen die alle petten op hebben.

Het webcare-team moet naast de goede voorbereiding gevoed worden met de signalen vanaf het evenement. Bij voorkeur zit het webcare-team dichtbij, met zicht op het verloop van het evenement. Bijvoorbeeld bij de camerawagen, met portofoons van de evenementenorganisatie en de politie bij de hand. Maar ook dichtbij de beslisser op communicatie die ook continu de verbinding met de doelgroep en de belangen van bij het



evenement betrokken organisaties zoals sponsors en onderaannemers kent. Dit helpt om snel te kunnen schakelen bij vragen, signalen en incidenten. Bijvoorbeeld op het uitdelen van kadootjes om iets te repareren.



Het is handig om bij incidenten en logistieke hobbels (filevorming, openbaar vervoer) afspraken te hebben met de aanpalende overheden voor het doorsturen van berichten die vanuit het webcareteam van het evenement worden verstuurd om mensen te bereiken. En ook om de berichten een officieel randje mee te geven.

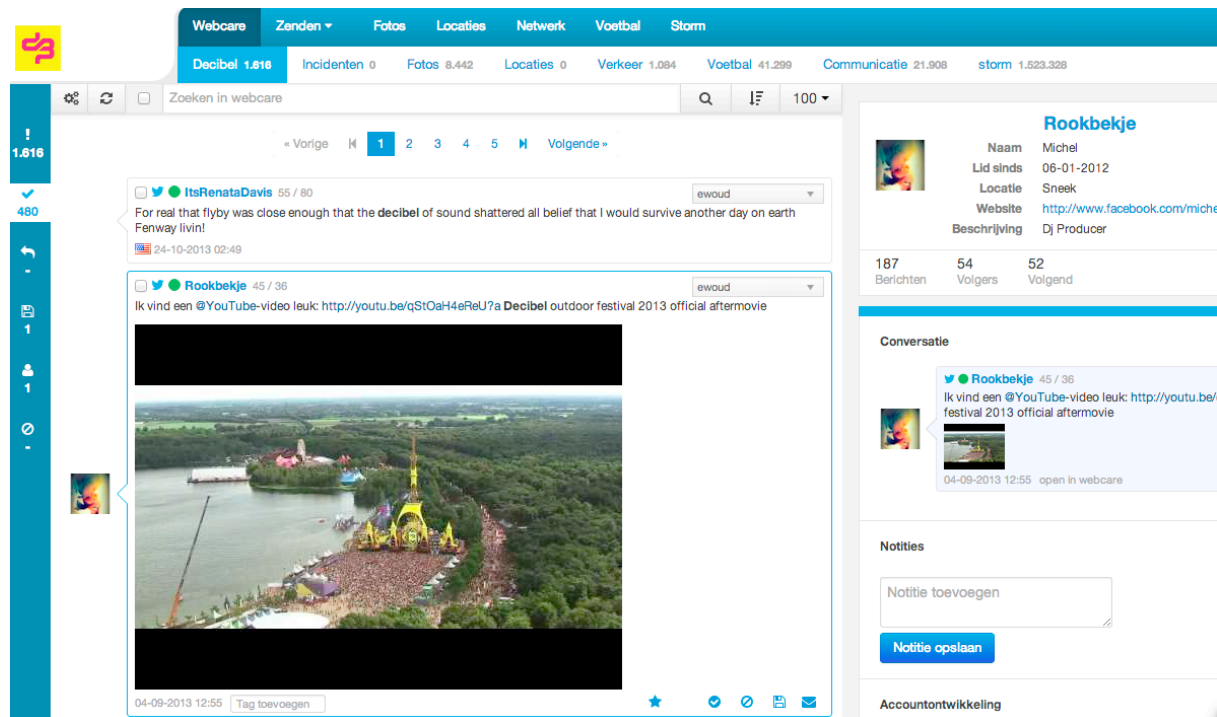
Beschikbaarheid van internet is essentieel. 3G is geen optie vanwege het wegvallen van de verbinding door de vele bezoekers.

### 3.4 Standaard dashboard 'feestje' en 'veilig' op evenementen

De ervaring leert dat de inrichting van de online media monitor voor een evenement een standaard vertrekpunt heeft. Het gaat om een standaard dashboard met:

1. zoekopdrachten:
  - a. op het evenement zelf (de naam, de hashtag, de locatie, het programma, de artiesten);
  - b. op de risico's zoals warmte, vechtpartijen, crowd-problemen bij drukte, zakkenrollers, grimmige sfeer;
  - c. op de signalen die je niet wilt missen (alerts) zoals vechten, onwel worden, vermissingen, ongevallen, flauw vallen;
  - d. op de organisatie van het evenement zoals over de kaarten, de faciliteiten;
  - e. op de aanrij- en afrijroutes en mogelijke verkeersproblemen (ook bij vertrek van grote groepen bezoekers -en dus tot ver na afloop van het evenement);
  - f. op de visuele media zoals foto's en video's om snel een beeld te hebben bij een situatie;
  - g. eventueel op specifieke risico's zoals groepen voetbalsupporters of 1%-motorclubs;
  - h. eventueel op de communicatie van de betrokken (overheids-)organisaties;
  - i. eventueel per gebeurtenis aparte zoekopdracht(en) om specifiek in te zoomen;
2. werkstromen:
  - a. zelfde als de zoekopdrachten;
  - b. berichten kunnen dubbel in een werkstroom zitten;
  - c. alle werkstromen anders dan de 'algemene' werkstroom op alle berichten over het evenement zelf moeten zo snel mogelijk gelezen zijn want je stuurt juist op de signalen die in deze werkstromen zitten;

3. te koppelen sociale media accounts;
  - a. van de organisatie zelf;
  - b. een thema account zoals @sintgroningen of de citymarketing-accounts;
  - c. de accounts van de organisaties waarmee je samenwerkt om ook vanuit hun accounts of vanuit dezelfde online media monitor door de collega van de andere organisatie te kunnen zenden en reageren;
4. eventueel workflows voor het klaarzetten en goedkeuren van berichten;
5. eventueel workflows voor de afhandeling of kennisneming in een tweede of derde lijn.



Het gebruik van de online media monitor voorafgaand en tijdens het evenement heeft veel weg van 'normaal webcare': *lezen* van de berichten op de verschillende werkstromen -de alerts natuurlijk eerst-; het *voltooien* van de gelezen berichten zodat je 'bij bent' en blijft, je collega's weten wat al is gedaan en wat nog moet en het *markeren* (taggen) van relevante berichten op de attentiepunten. Veel gebruikte markeringen (tags) zijn: vraag, signaal, inhaker, gebeurtenis X, klachten en complimenten.

Soms is het relevant om ook te kunnen *reageren* op berichten vanuit het account van de gemeente, de politie of de organisatie. Vaker is het nodig om te kunnen *zenden* van berichten vanuit het account van de gemeente, de politie of de organisatie, bijvoorbeeld voor tips (drinken, het is warm), crowd-control en verkeersmeldingen.

Het is wenselijk om regelmatig te *rapporteren* over de voortgang en de beelden:

- real time met een rapport over de volumes, de gesprekken, de vragen, de signalen en de gebeurtenissen, vooral via de getagde berichten;
- periodiek (per veiligheidsoverleg) op de hoofdlijnen waaronder de beelden, de signalen en de gebeurtenissen.

Voor enkele evenementen hebben we *lijsten* aangemaakt van bezoekers en thuisblijvers. Personen die aangaven naar het evenement te gaan, dat ze er zijn of dat er vrienden of familie zijn, zijn handige bronnen voor gesprekken over het evenement zonder dat er een van de woorden uit de zoekopdrachten inzitten. Bovendien zijn dit handige groepen om in geval van een gebeurtenis of incident signalen op te vangen, te vragen of juist door te geven. Het vergroot je slagkracht als organisatie!

### 3.5 Investing

Kostenposten bij online media monitoring op een evenement zijn:

- de online monitor zelf tenzij één van de betrokken partijen daarover beschikt;
- internetverbinding als deze niet beschikbaar is;
- uren voor de geschetste aanpak;
- eventueel de logistiek.

De inzet in uren is sterk afhankelijk van aard en omvang van het evenement.

Nederland Muziekland heeft vier mandagen gekost: één dagdeel organisatie, één dagdeel inrichten monitor, twee mandagen monitoren (één dag met twee personen) en één dag evaluatie en uitdragen van de resultaten. Bij een meer risicovol evenement zal er daarnaast meer tijd in de risico-analyse gaan zitten. Bij de troonswisseling heeft dit vooraf honderden uren gevraagd. Wanneer het aantal bezoekers van een evenement erg groot is, dan moeten er meer berichten worden gelezen en dan kan het handig zijn om meer slimme handjes beschikbaar te hebben. En dat vraagt weer wat meer coördinatie.

## 4 Conclusies

### 4.1 Monitoren geeft real time een extra en rijk beeld op het evenement

De berichten op online media geven real time een extra beeld op het verloop van het evenement, de in- en uitstroom van bezoekers en de prestaties van alle actoren. Het is een *extra* beeld met verslagen en meningen in woorden, verrijkt met beelden en video's. Beelden en verslagen komen zo sneller binnen dan via de portofoon of de overleggen. Het is *aanvullend* want de waarnemingen van de organisatie, de beveiliging, de hulpverleningsdiensten en de camerabeelden bieden elk eigen perspectieven die niet altijd zichtbaar zijn op online media.

### 4.2 Monitoren biedt vooral kansen voor de evenementenorganisatie

Na twee evenementen zonder incidenten vallen vooral de kansen voor de evenementenorganisatie op. Evenementenorganisaties hebben kansen te benutten op marketing, kaartverkoop, klantenbinding, service, bedienen van de 'tweede scherm gebruikers' en de thuisblijvers. Ze kunnen toegevoegde waarde creëren voor de artiesten, de sponsors en de onderaannemers. Bovendien kunnen ze zo een kanaal openen naar de deelnemers en bezoekers om zo bij een incident of crisis sneller meer mensen te bereiken.

### 4.3 Monitoren bij evenementen biedt bij incidenten de vereiste grip vanaf moment nul

Als alles goed gaat, is de toegevoegde waarde van monitoren op evenementen op 'veiligheid' gering. Er zijn immers geen incidenten om op online media te bespreken. Bij incidenten of zelfs crisis is monitoren van online media en communiceren middels online media vanaf moment nul onmisbaar. Recente ervaringen met crisissituaties laten zien dat het inrichten van de monitor, het duiden van de berichten, het formuleren van reacties en boodschappen en de verspreiding daarvan via online media aanlooptijd vraagt. En die tijd is er niet. De voorbereidingen van deze proeven hebben ook laten zien dat er een aanlooptijd is. Klaar staan helpt dan.

Klaar staan betekent:

- weten wat de hashtags en woorden zijn om het evenement te duiden;
- kennis hebben van de situatie om gericht te kunnen zoeken;
- verbinding hebben met deelnemers zodat ze jou weten te vinden en jij ook de deelnemers in de massa of individueel weet te bereiken;
- verbinding hebben met de evenementenorganisatie en hulpverleningsdiensten om signalen en beelden te ontvangen en te kunnen delen.

En dat je daar Twitter- en Facebookaccounts (vanuit de evenementenorganisatie, de gemeente, de politie), mandaat, een monitor, capaciteit, internetverbinding, nabijheid voor nodig hebt, is evident.

### 4.4 Organiseer monitoring bij evenementen samen met evenementenorganisatie en borg dat in de vergunningverlening

Vier organisaties komen in aanmerking om het monitoren te organiseren: de evenementenorganisatie zelf, de gemeente, de politie en de veiligheidsregio. Elke organisatie zal met een andere bril en met andere faciliteiten (capaciteit) een evenement monitoren. Het lijkt voor de hand te liggen dat de evenementenorganisatie de lead neemt. Daar ligt de primaire verantwoordelijkheid, het belang is daar het grootst, net als de toegevoegde waarde. Het ligt voor de hand dat zij snel zicht hebben op de woorden die worden gebruikt in online media berichten over het evenement, de verbinding hebben met het publiek, snel zicht hebben op incidenten en dat zij beschikken over de andere

informatiestromen (feestje, organisatie, veilig) en interventiemogelijkheden. Het is dan in de eerste hand.

Echter, bij incidenten of crisissituaties verschuiven de belangen en verandert het spel. De infrastructuur is dan nog steeds essentieel maar de accenten (en actoren) veranderen. Dit lijkt te betekenen dat gemeente en politie altijd moeten meelopen en meekijken (ervaring, hands-on in de monitor zitten) met de evenementenorganisatie om het vanaf moment nul te kunnen overnemen.

En mocht dit inderdaad een voor de hand liggende oplossing zijn om online media monitoring bij evenementen te organiseren, dan lijkt het logisch dit middels de vergunningverlening te borgen.

#### 4.5 Aanpak, organisatie en dashboard blijken standaard en herbruikbaar

Na zeven evenementen blijkt er een standaard te zijn voor de aanpak, de organisatie en het dashboard. Hoofdstuk 3 bespreekt deze in detail. We hebben ervaren dat daarmee een organisatie snel op weg is te helpen. Uiteraard helpt ervaring. Bij een tweede en volgende keer gaat het sneller en makkelijker omdat je op bestaande lijntjes kunt terugvallen. Dashboards en zoekopdrachten blijken prima herbruikbaar, zowel tussen de verschillende jaargangen van evenementen als tussen verschillende evenementen (in verschillende gemeenten).

## Bijlage 1. Analyse buzz Oosterhout LIVE

### Situatieschets en feiten:

- opdrachtgevers: gemeente Oosterhout, Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant en HowAboutYou;
- eerste proefopstelling;
- in samenwerking met Taskforce Tilburg Veilig en evenementenorganisatie Creative Cowboys;
- gemonitord door Boaz Adank, Ewoud de Voogd, Paul Francken;
- dichtbij Elma (evenementen coördinator gemeente Oosterhout) en Alex (directeur evenementenorganisatie);
- locatie: in de voetbalkantine naast het evenemententerrein;
- 21 juni 2013, van 18:00 – 01:00 uur;
- droog na buien in de middag;
- 4.500 verkochte kaarten;
- publiek 50% tussen 30 en 40 jaar; 25% jonger dan 30 jaar en 25% ouder dan 40 jaar.

### Zoekopdrachten

We gebruikten de volgende zoekopdrachten:

[Oosterhout Live - account](#)

[Oosterhout Live - algemeen](#)

[Oosterhout Live - artiesten](#)

[Oosterhout Live - incidenten](#)

[Oosterhout Live - klachten](#)

[Oosterhout Live - reacties op het weer](#)

[Parkeren-verkeer- aankomst](#)

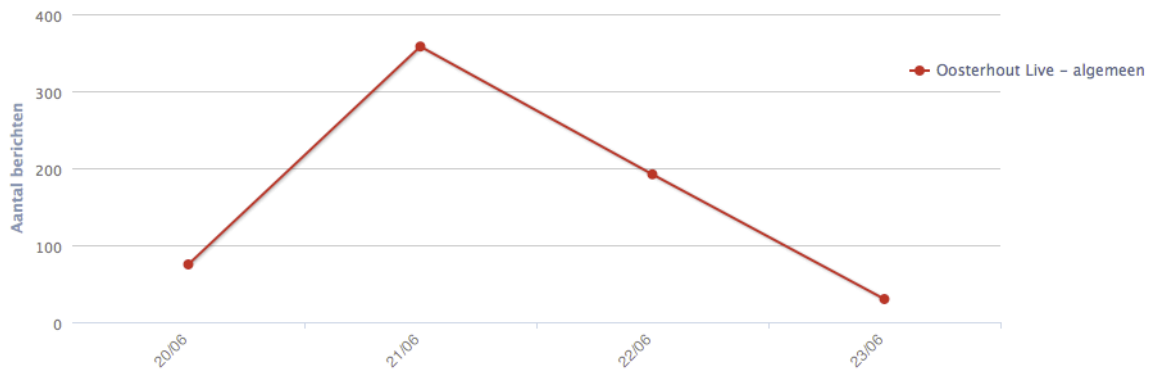
[Plaatsnaam Oosterhout](#)

[Vuurwerk](#)

- "Oosterhout-live" OR oosterhoutlive OR (concert AND oosterhout) OR NMLhitfestival
- ((oosterhout\* OR "oosterhout live" OR "oosterhout-live") AND (EHBO OR dronk\* OR aanhoud\* OR aangehou\* OR arrest\* OR politie\* OR popo OR wout OR scotoe OR gejat OR gestolen OR rel OR ralle\* OR gereld OR slaan OR geslagen OR gearrest\* OR bloed\* OR schoppen OR geschopt OR rammen OR geramd OR opstoot\* OR fight\* OR fittie OR fitty OR vecht\* OR gevochten OR matten OR steek\* OR neergestoken OR neersteken OR neerschieten OR gun OR mes OR pistool OR knife OR geweer OR shoot\* OR neerknallen OR aanslag\* OR wapen\* OR bom OR hartaanv\* OR hartinf\* OR dood OR dode\* OR overleden OR paniek\* OR drug\* OR grimmig OR aggres\* OR agres\* OR flauw\* OR bloed\* OR aanrijding OR geknal\* OR gevallen OR overreden OR ongeluk)) NOT oosterhoutpark NOT "mishandeling vriendin" NOT "aanrijding met een vrachtwagen"
- (oosterh\* AND vuurwerk)

Plaatjes over aantallen

Zoekopdracht

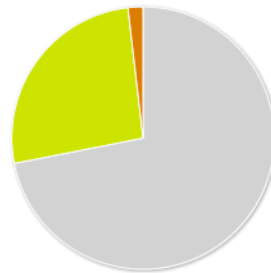
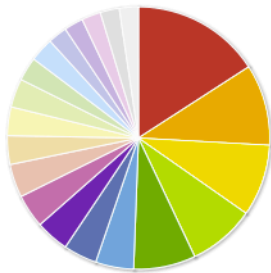


Tagcloud

5jarig afterparty alsijhadgedacht artiesten avond avondje band band5 bedankt beginnen beginnieszin belle belleperez beter bezoekers bijbedankt bijen bijweten binnen bod dik druk een één eikenweg eindelijk evenement feest feestje festival gastvrijheidtop gefeliciteerd gek gekke geluid genoten geoeffend geweldig gezellig gister gisteren groot heb heerlijk helemaal het hoelaat hoop hopelijk jammer jarig juliette kaarten kaartje kaartjes knallen komen langs lekker lieve live las metbijmiste metemaar22 metzorg mooie morgen morgenavond muziekland naar nederland nederlandmuziekland nog oeen oeps onderweg oosterhout oosterhoutlive optreden organisatie pas perez plezier podium programma repetitie repetities ruim show site 5000 special spiegelreflex sporten spreekbuis staan steeds succes super sweet team terug tis toch top topper tot trots vanavond vanmiddag vast volgend vonden voorenworden vrij vrijdag vuurwerk was wat weer wes wesley wij wijn willart willense willen wind with woord wor xoxo yeah zag zeg zeker zijn zin zingen zinin zitte zitten zodat zometeen zometeevive zorgen zoveel zucht zuipe

Geplaatst door

Sentiment



geplaatstdoor	aantal
OosterhoutLive	27
SistersMarenSar	17
TJUnlimit	15
Sndraaa_	14
xYvonnekeX	13
WWWwesleyklein	8
wesleykleinfans	7
schuurmansrene	7
henkpe	7
Frenkwtit	7
juliette_19_63	6
Nathaliee_	6
EvivEsch	6
britvanzundert	5
LLinsseyy	5
remena_stoop	4
VinzcentNL	4

sentiment	aantal
neutraal	471
positief	172
negatief	12

Locatie



Gemeente	aantal
oosterhout	36
tilburg	10
nijmegen	6
utrecht	4
dongen	4
breda	3
amsterdam	2
ouderkerk	2
alkmaar	2
zeist	1
werkendam	1
leiderdorp	1

Gemarkeerde berichten

Tijdens het monitoren zijn op verschillende thema's berichten gemarkeerd zodat deze in hun samenhang na afloop besproken kunnen worden.

Klantinteracties

- Door: [martinjansen10](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 17:29:48](#)

volgers: 177 / vrienden: 110 Case-owner: boaz ▾

Net effe last minnet kaartje voor **oosterhout live** gekocht  
twitter.com
- Door: [martinjansen10](#) L:UNKNOWN geplaatst op: [21-06-2013 17:03:52](#)

volgers: 177 / vrienden: 109 Case-owner: boaz ▾

Heeft er nog iemand **oosterhout live** kaartjes tekoop?
- Door: [martinjansen10](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 16:59:36](#)

volgers: 177 / vrienden: 109 Case-owner: boaz ▾

[@cheyennekissx](#) hee heb jij **oosterhout live** kaartje te koop  
twitter.com
- Door: [Famke29](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 13:43:27](#)

volgers: 33 / vrienden: 71 Case-owner: boaz ▾

Wie kan ik verblijden met 2 kaarten voor **#oosterhoutlive** vanavond?  
twitter.com
- Door: [henkpe](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 12:35:04](#)


volgers: 67 / vrienden: 177 Case-owner: boaz ▾

[@OosterhoutLive](#) wat zijn de parkeerkosten vanavond. wil ik graag weten zodat ik kan zorgen dat ik gepast geld heb  
twitter.com



## Analyse buzz bij evenementen

### Klachten

- Door: [Alhoceimaa](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 00:09:02](#) volgers: 354 / vrienden: 279
-  RT "@souhail0123: Jeeeh rotte muziek van oosterhout live" / ik woon er dichtbij tfoe. [webcare](#)
- Door: [souhail0123](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 00:08:19](#) volgers: 70 / vrienden: 68
-  Jeeeh rotte muziek van oosterhout live [webcare](#)
- Door: [Alhoceimaa](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 00:07:02](#) volgers: 354 / vrienden: 279
-  "@Mounirr\_0162: Kiffesh die kkr verkaasde oosterhout live muziek, donder op man...mensen willen slapen conjo" / echt he megolen. [webcare](#)
- Door: [Broeders0162](#) L:UNKNOWN geplaatst op: [22-06-2013 22:49:22](#) volgers: 151 / vrienden: 258
-  @scozeuven 2,50 voor bier is duur! #nederlandmuziekland #oosterhoutlive [webcare](#)
- Door: [chantal willemen](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 11:44:27](#) volgers: 0 / vrienden: 0
- OosterhoutLive Het was weer een gezellig feestje. Op naar volgend jaar. Alleen was het jammer dat de parkeerplaatsen bijna een half uur lopen was van het terrein. Was vorige jaar beter geregeld [facebook.com](#) [webcare](#)
- Door: [gert huygens](#) L:AF geplaatst op: [22-06-2013 07:45:36](#) volgers: 0 / vrienden: 0
- OosterhoutLive Jammer dat de wind niet goed stond [facebook.com](#) [webcare](#)
- Door: [anita van rulo](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 01:08:53](#) volgers: 0 / vrienden: 0
- OosterhoutLive Pfff wat een ellende zeg, 20 minuten verderop parkeren echt NIET leuk. Verder was ut un skon fisjuh gelukkig zonder regen! [facebook.com](#) [webcare](#)
- Door: [Jeffrey-Natasja Stultjens](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 19:32:34](#) volgers: 0 / vrienden: 0
- Waardeloze parkeerzooi @ oosterhout live [facebook.com](#)

### Incidenten en wat je daarvan zag op online media

- Door: [tilburgveilig](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 17:46:49](#) volgers: 372 / vrienden: 374 Case-owner: [boaz](#)
-  @OosterhoutLive extra reistijd Vrachtwagen in greppel langs #A27 bij #Oosterhout; rijstrook afgesloten <http://brabantn.ws/ZoJ> [twitter.com](#)
- Door: [112oosterhout](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 20:49:07](#) volgers: 27 / vrienden: 127 Case-owner: [boaz](#)
-  RT @WA\_oosterhout01: Was ff druk op 5-Eikenweg op weg naar @OosterhoutLive maar iedereen is gezellig binnen! [twitter.com](#)
- Door: [WA\\_oosterhout01](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 12:45:10](#) volgers: 306 / vrienden: 122 Case-owner: [boaz](#)
-  @Marina\_Lin @NMLhiffestival Inderdaad een mooie avond waarbij wij als politie gelukkig geen wanklank hebben gehoord bij politietoezicht. Top [twitter.com](#)

## Analyse buzz bij evenementen

### Over de sfeer









 Door: [micheltenhage](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 23:01:52](#) volgers: 318 / vrienden: 489 Case-owner: [boaz](#) ⌵

 RT @micheldrenthen: Tis gezellig op #oosterhoutlive. Nu Belle Perez. <http://t.co/KAelWAENXA>  
twitter.com


 Door: [iszy\\_hitz](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 23:00:10](#) volgers: 366 / vrienden: 33 Case-owner: [boaz](#) ⌵

 "@Johanbaljet: Mega gezellig @OosterhoutLive met @Yes\_Rtwit @RubyProphet en @iszy\_hitz! <http://t.co/BBM08KR3Ps>" festivals zijn altijd aaaaaan  
twitter.com

 Door: [fieskens](#) L:UNKNOWN geplaatst op: [21-06-2013 22:55:59](#) volgers: 1049 / vrienden: 1059 Case-owner: [boaz](#) ⌵


 Hoe later op de avond... Sfeertje! #oosterhoutlive <http://instagram.com/p/a1c4ckPC1/>  
twitter.com  
       email | retweet | reageren | voltooiën | bewaren | spam | details

 Door: [micheldrenthen](#) L:NL geplaatst op: [21-06-2013 21:18:08](#) volgers: 47 / vrienden: 32 Case-owner: [boaz](#) ⌵


 Tis gezellig op #oosterhoutlive. Nu Belle Perez. <http://t.co/KAelWAENXA>  
twitter.com

### Vuurwerk


 Door: [Nlekeey](#) L:AF geplaatst op: [22-06-2013 00:20:54](#) volgers: 230 / vrienden: 181 Case-owner: [boaz](#) ⌵

 Goede afsluiting gehad op Oosterhout live, jammer van die amateuristische vuurwerkshow <http://t.co/VlvkccAOJ4>  
twitter.com

 Door: [keesbroeders](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 00:16:56](#) volgers: 275 / vrienden: 272 Case-owner: [boaz](#) ⌵

 Het vuurwerk klinkt door in Dongen. De slotact van Oosterhout Live  
twitter.com


 Door: [Kimkenekens](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 00:14:44](#) volgers: 131 / vrienden: 89 Case-owner: [boaz](#) ⌵

 Ik hoor het vuurwerk van oosterhout live wel, kon ik het nu ook maar zien  
twitter.com

 Door: [Jelger\\_0162](#) L:AF geplaatst op: [22-06-2013 00:14:06](#) volgers: 133 / vrienden: 264 Case-owner: [boaz](#) ⌵

 Ik hoor hier het vuurwerk van #oosterhoutlive  
twitter.com

 Door: [EMRECUKAYE](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 00:08:27](#) volgers: 98 / vrienden: 80 Case-owner: [boaz](#) ⌵


 @BENZEMA9\_ is oosterhout live bij vvo volgens mij ik hoor ook kk rot haha  
twitter.com

### Verslag

 Door: [MaricMedia](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 13:02:41](#) volgers: 4 / vrienden: 0 Case-owner: [frank](#) ⌵


 Ik heb 64 foto's op Facebook geplaatst in het album "Oosterhout Live 2013" <http://fb.me/Xf7QpgcA>  
twitter.com

 Door: [vliegend\\_hert](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 11:51:13](#) volgers: 531 / vrienden: 1677 Case-owner: [frank](#) ⌵

 Ik heb 84 foto's op Facebook geplaatst in het album "Oosterhout live 21 -6-2013 Vliegend Hert" <http://fb.me/2vGtNbOBd>  
twitter.com

### Blij met baan

 Door: [JosSmits\\_](#) L:UNKNOWN geplaatst op: [22-06-2013 01:25:16](#) volgers: 143 / vrienden: 224 Case-owner: [boaz](#) ⌵

 Net terug van Oosterhout Live festival. Was daar cameraman, super vet was het!  
twitter.com

## Bijlage 2. Analyse buzz Nederland Muziekland (22 juni 2013, Oosterhout)

### Situatieschets en feiten

- opdrachtgevers: gemeente Oosterhout, Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant en HowAboutYou;
- tweede proefopstelling;
- evenementenorganisatie Creative Cowboys;
- gemonitord door Boaz Adank en Frank Bruijninx;
- dichtbij Elma (evenementen coördinator gemeente Oosterhout) en Alex (directeur evenementenorganisatie);
- locatie: in de voetbalkantine naast het evenemententerrein;
- 22 juni 2013, van 18:00 – 01:00 uur;
- 6.000 verkochte kaarten.

### Zoekopdrachten

We gebruikten de volgende zoekopdrachten:

[NML - algemeen](#)

[NML - artiesten](#)

[NML - incidenten](#)

[NML - klachten](#)

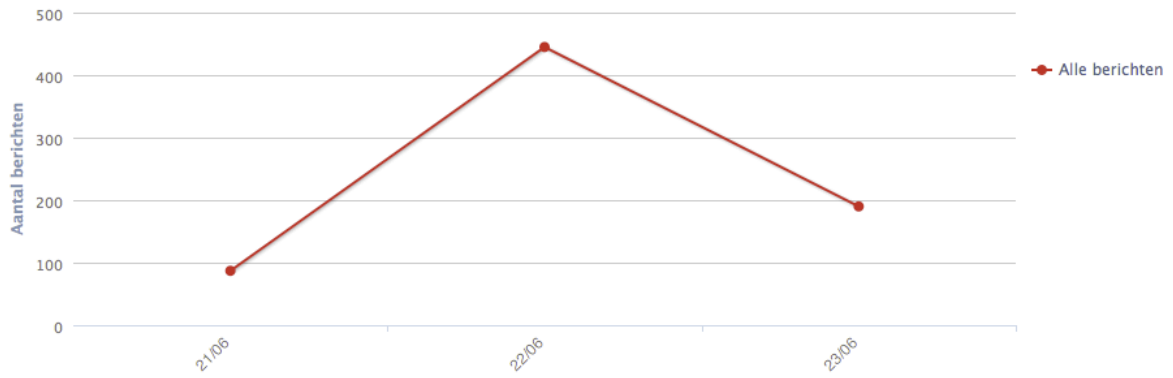
[NML - reacties op het weer](#)

- "Nederland Muziekland" OR nederlandm\* OR muziekland OR NMLhitfestival OR hitfestival OR #NML NOT user:NML\_x NOT nml\_kmr NOT maritiem\*
- (3JS OR "Barry hay" OR "Berry Hay" OR Formation OR "Frans Duijts" OR "Frans Duits" OR "George Baker" OR "Glennis Grace" OR "Jacques Herb" OR Herb OR "Jeroen van der Boom" OR "Jeroen van de boom" OR "Leonie Meijer" OR "Lois Lane" OR Lois OR "Nielson" OR "Sharon Doorson" OR "Sharon Doorzon" OR Sieneke OR "Thomas Berge" OR "Tomas Berge" OR "van dik hout" OR Vincent OR Vincent OR Waylon OR "Wolter Kroes")
- (("nederland muziekland" OR #nml OR nederlandmuziek\*) AND (EHBO OR dronk\* OR aanhoud\* OR aangehou\* OR arrest\* OR politie\* OR popo OR wout OR scotoe OR gejat OR gestolen OR rel OR ralle\* OR gereld OR slaan OR geslagen OR gearrest\* OR bloed\* OR schoppen OR geschopt OR rammen OR geramd OR opstoot\* OR fight\* OR fittie OR fitty OR vecht\* OR gevochten OR matten OR steek\* OR neergestoken OR neersteken OR neerschieten OR gun OR mes OR pistool OR knife OR geweer OR shoot\* OR neerknallen OR aanslag\* OR wapen\* OR bom OR hartaanv\* OR hartinf\* OR dood OR dode\* OR overleden OR paniek\* OR drug\* OR grimmig OR aggres\* OR agres\* OR flauw\* OR bloed\* OR aanrijding OR geknal\* OR gevallen OR overreden OR ongeluk)) NOT oosterhoutpark NOT "mishandeling vriendin" NOT "aanrijding met een vrachtwagen")
- (oosterhout\* OR #nml OR muziekland OR nederlandmuziekland) AND (klacht OR parke\* OR lopen OR loop\* OR verweg OR "ver weg" OR slecht OR drama OR auto OR pleur)
- ("Nederland Muziekland" OR nederlandm\* OR muziekland OR NMLhitfestival OR hitfestival OR NML\*) AND (regen\* OR kutweer OR rotweer OR motregen OR plens\* OR nat OR koud OR vochtig OR poncho\* OR weer\*)

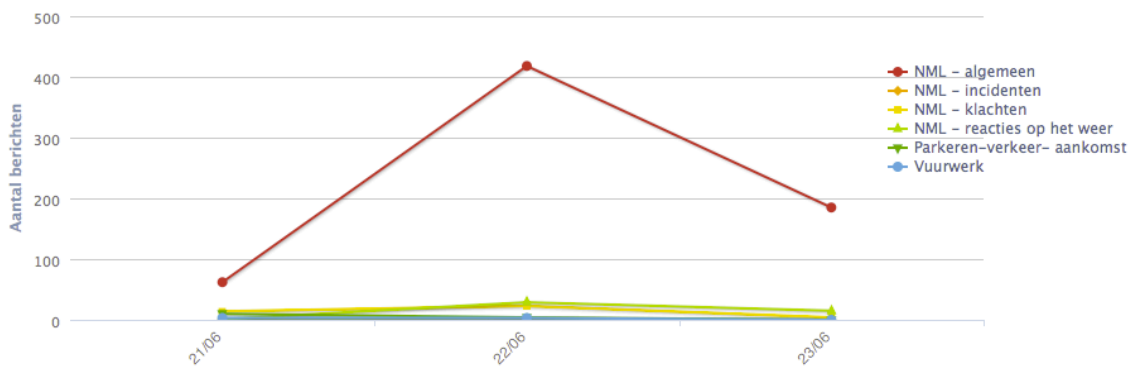
# Analyse buzz bij evenementen

## Plaatjes over aantallen

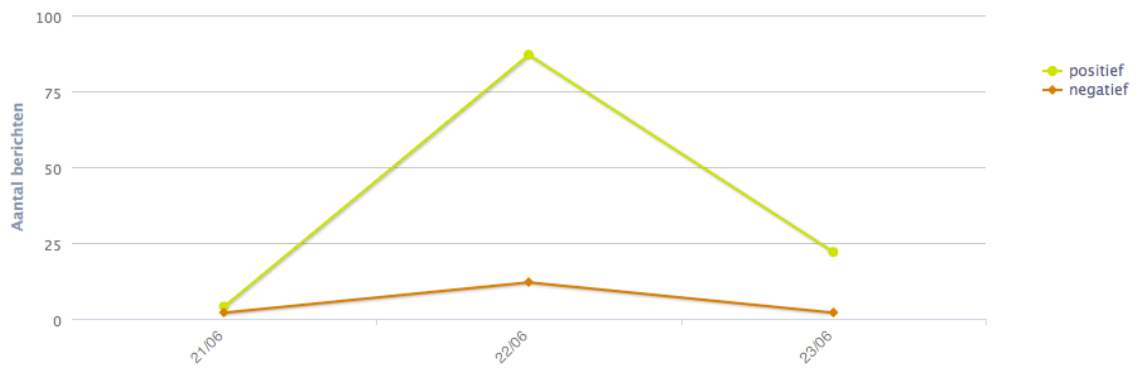
### Volume



### Zoekopdracht

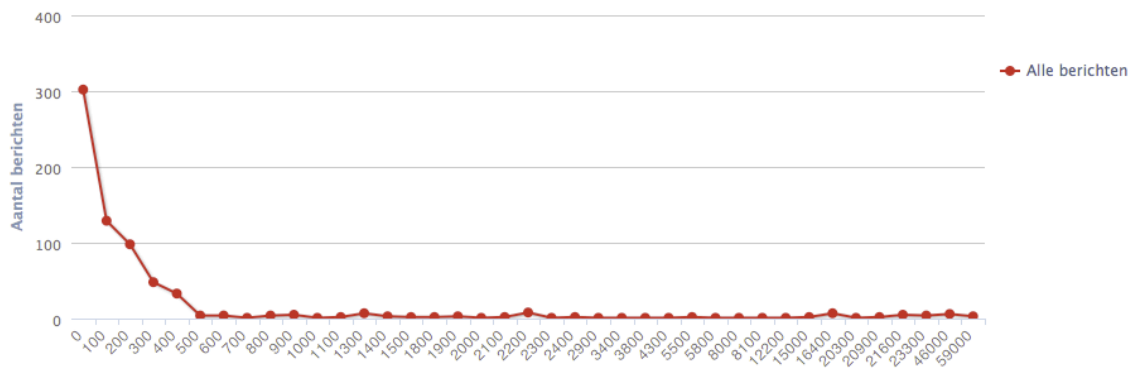


### Sentiment



## Analyse buzz bij evenementen

### Bereik



Potentieel bereik  
**1.053.200**

Aantal berichten  
**702**

Gemiddeld bereik  
**1500.28**

### Tagcloud

2013 2de artiesten avond bedje beginnen beginnizin bekijk beleven berieuid bier bij bijen bijpraten blijft borst brabant breda cafe dagen decor  
doorgaan droog eindelijk engsteravond envonden ers evenement eventueel fantastisch feest feestje festival festivalheel festivals fijn file foto gave  
geluid genoten geplaatst gesigneerd geweldig geweldige gezellig gezellige gezien gigantisch gisteravond gisteren groot grote gunst helemaal het  
hoelaat hoop hopen htt iedere isto jammer jason kaarten kaartjes kus lang langs letterlijk levert little live mag maricmedia marktplaats meezingen metop mogen morgen  
muziekland namensdeze nederland nederlandmuziekland neef nml ondanks  
onderweg oosterhout optreden parkeren pas pic pinterest podium publiek ready regen regent rock sbs6 scooter  
spreekbus staan start stond straks succes super thank tickets tijdens toe toeter top treed utrecht uur vanavond vandaag vansuper veel verbaasd  
vermist volgers vonderecht voor vriend vuurwerk waanzinnig was wat wauwv wederom weer wij winnen youtube zien zin zingen zodat zomer zon zorgen zorgen ZOVER zzp

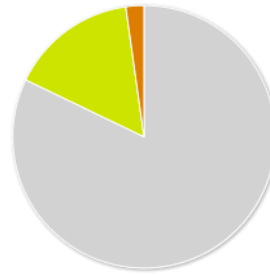
## Analyse buzz bij evenementen

### Geplaatst door



geplaatst door	aantal
<a href="#">jessicaa1978</a>	21
<a href="#">NMLhitfestival</a>	21
<a href="#">nederlandmkb</a>	14
<a href="#">trui22</a>	13
<a href="#">KristelVH</a>	12
<a href="#">WA_oosterhout01</a>	11
<a href="#">Brwfotograaf</a>	10
<a href="#">dipully</a>	8
<a href="#">Naomi_Bekkers</a>	8
<a href="#">sjan1971</a>	6
<a href="#">LivetimeProd</a>	6
<a href="#">Freelancefotogr</a>	6
<a href="#">scozeuven</a>	5
<a href="#">kuiper631970</a>	5
<a href="#">wolterkroes1</a>	4
<a href="#">maurick</a>	4
<a href="#">NielsonMusic</a>	4
<a href="#">Nathaliee_</a>	4

### Sentiment



sentiment	aantal
<a href="#">neutraal</a>	593
<a href="#">positief</a>	113
<a href="#">negatief</a>	16

### Locatie



Gemeente	aantal
<a href="#">oosterhout</a>	22
<a href="#">nijmegen</a>	18
<a href="#">breda</a>	11
<a href="#">utrecht</a>	9
<a href="#">zutphen</a>	6
<a href="#">tilburg</a>	6
<a href="#">middelburg</a>	5
<a href="#">zeist</a>	5
<a href="#">maastricht</a>	5
<a href="#">alkmaar</a>	4
<a href="#">amsterdam</a>	3
<a href="#">dongen</a>	3
<a href="#">rotterdam</a>	3
<a href="#">gorinchem</a>	3
<a href="#">heerenveen</a>	2
<a href="#">renkum</a>	2
<a href="#">velsen</a>	2
<a href="#">voorst</a>	2
<a href="#">heerlen</a>	2
<a href="#">blaricum</a>	2

## Gemarkeerde berichten

### Klachten

-  Door: [Richard van Rosendaal](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 23:53:14](#) volgers: 0 / vrienden: 0 Case-owner: [frank](#) ⌵
- Jeetje, wat **een** tegenvaller zeg!! **Nederland Muziekland** in **Oosterhout**.... Veel artiesten maar gewoon **geen** sfeer, veel te dure consumptieprijs in **slecht** getapte plastic bekers. Nee, daar gaan we niet meer naar toe en blijf ik trots op het super gezellige en intieme Parkfeest Festival! Ik heb gezegd.....  
facebook.com
- 
-  Door: [dnerlx](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 20:33:50](#) volgers: 68 / vrienden: 274 Case-owner: [boaz](#) ⌵
-  **Wat een beroerd geluid zeg! #NML :-)**  
twitter.com
- 
-  Door: [scozeuven](#) L:NL geplaatst op: [22-06-2013 18:12:04](#) volgers: 58 / vrienden: 56 Case-owner: [boaz](#) ⌵
-  **Schandalige prijzen op #nederlandmuziekland**  
twitter.com
- 
-  Door: [miekedeweert](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:19:56](#) volgers: 295 / vrienden: 344
-  **Jammer dat mijn 3G dezelfde kuren vertoonde als het ZOMERweer. Maar het was een heerlijk feestje: #NML - <http://yfrog.com/odamozfaj>**  
twitter.com | [webcare](#)
- 
-  Door: [Famke29](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:04:37](#) volgers: 33 / vrienden: 71
-  **Jammer dat het natjes was.... En veel onbekende nummers.... #nederlandmuziekland**  
twitter.com | [webcare](#)

### Verslag

-  Door: [MaricMedia](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 15:23:58](#) volgers: 4 / vrienden: 0 Case-owner: [boaz](#) ⌵
-  **Ik heb 76 foto's op Facebook geplaatst in het album "Nederland Muziekland deel 2" <http://fb.me/2aHt68RNO>**  
twitter.com
- 
-  Door: [nedernieuws](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 09:33:27](#) volgers: 63 / vrienden: 3 Case-owner: [boaz](#) ⌵
-  **Foto's: Nederland Muziekland in Oosterhout: OOSTERHOUT - Na bijna twintig jaar was het festival wee... <http://bit.ly/14gAF57> Bn/de Stem**  
twitter.com  
email | [retweet](#) | [reageren](#) | [voltooien](#) | [bewaren](#) | [spam](#) | [details](#)
- 
-  Door: [BNDeStemOhout](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 09:04:53](#) volgers: 3427 / vrienden: 205 Case-owner: [boaz](#) ⌵
-  **Foto's: Nederland Muziekland in Oosterhout <http://bit.ly/1a3xOmz>**  
twitter.com  
email | [retweet](#) | [reageren](#) | [voltooien](#) | [bewaren](#) | [spam](#) | [details](#)
- 
-  Door: [MaricMedia](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:53:52](#) volgers: 4 / vrienden: 0 Case-owner: [frank](#) ⌵
-  **Ik heb 9 foto's op Facebook geplaatst in het album "Pre fotoalbum Nederland Muziekland...." <http://fb.me/1H2Bt17k>**  
twitter.com

## Analyse buzz bij evenementen

### Blij met het werk

 Door: [xxxGeena98](#) L:DA geplaatst op: [23-06-2013 02:42:25](#) volgers: 246 / vrienden: 274 Case-owner: [frank](#)



Best job ever ? #NML #sbs #camera #assistente <http://instagram.com/p/a4bickRvFU/>  
twitter.com

 Door: [MaricMedia](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:53:52](#) volgers: 4 / vrienden: 0 Case-owner: [frank](#)



Ik heb 9 foto's op Facebook geplaatst in het album "Pre fotoalbum **Nederland Muziekland....**" <http://fb.me/1H2Bf17k>  
twitter.com

 Door: Whitney Dubbeldam L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:51:42](#) volgers: 0 / vrienden: 0 Case-owner: [frank](#)

Avondje gewerkt weer voor vliegend hert bij **Oosterhout live**. In de **regen** en wind gestaan maar het was gezellig. Nu heerlijk warm in bedje!  
facebook.com

 Door: Karen Boone L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:45:39](#) volgers: 0 / vrienden: 0 Case-owner: [frank](#)

zo, hoogtepunt van het jaar weer gehad... dit zijn de kersen op de taart, hier ben ik ooit geluid voor gaan doen... **Nederland Muziekland!!!**  
facebook.com

 Door: [xxxGeena98](#) L:NL geplaatst op: [23-06-2013 01:32:30](#) volgers: 246 / vrienden: 274 Case-owner: [frank](#)



Eindelijk thuis van t werk. Was wel echt **een** hele leuke ervaring om te doen. #sbs #NML #camera #assistente  
twitter.com



## Bijlage 3. Analyse buzz Tilburgse Kermis (maandag 22 juli 2013, Tilburg)

### Situatieschets en feiten

- opdrachtgevers: Taskforce Tilburg, gemeente Tilburg en HowAboutYou;
- eerste proefopstelling;
- in samenwerking met Taskforce Tilburg Veilig en gemeente Tilburg;
- gemonitord Paul Francken, Ingrid Hoogenhof, Luuk Broeders, Martijn Rijk en Imke Kerkhof;
- dichtbij Eva Mesdag (veiligheidsadviseur gemeente Tilburg) en Stephanie Peters en Yvonne Schoonis (gemeente Tilburg communicatie);
- locatie: in de meldkamer op het hoofdbureau van de politie Tilburg;
- 22 juli 2013, van 11:00 – 23:00 uur;
- hele dag hoge temperaturen;
- ongeveer 300.000 bezoekers op Roze Maandag.

### Zoekopdrachten en aanpak

We gebruikten de volgende zoekopdrachten:

[K-Accounts](#)

[K-Alerts](#)

[K-Festiviteiten](#)

[K-Foto's](#)

[K-Incidenten](#)

[K-Locaties](#)

[K-Netwerk](#)

[K-Opruiing](#)

[K-Risicos](#)

[K-Roze maandag](#)

[K-Tilburgse Kermis](#)

[K-Vermist](#)

[K-Willem II](#)

[Singlefriday](#)

[Station Breda](#)

[taxi](#)

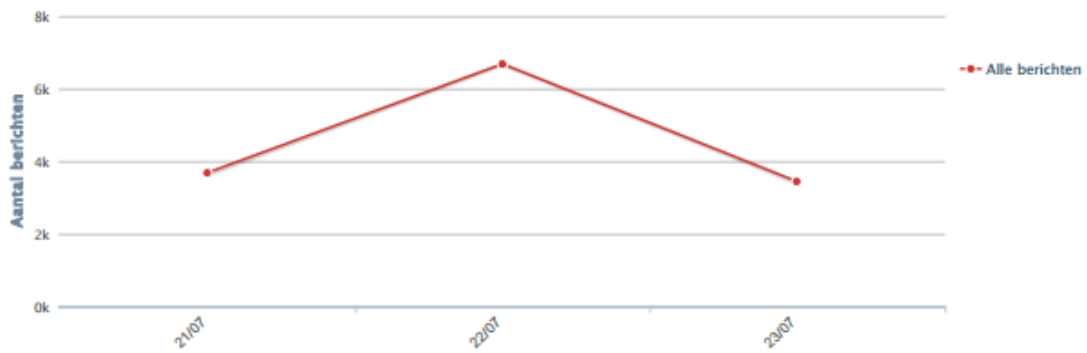
- (user:gemeentetilburg OR user:KermisinTilburg OR user:SingleFriday OR user:singlefriday OR user:tilburgveilig)
- (vermist OR kwijt OR dood OR dode\* OR schietpartij\* OR steekpartij\* OR neergestoken OR neergeschoten OR mishande\* OR vermoord\* OR moord\* OR brand\* OR paniek\* OR opstoot\* OR rellen OR relschopper\* OR mes\* OR knife OR stiletto\* OR gun OR pistool OR geweer OR blaffer OR pipa OR boksbeugel\* OR hooligan\* OR fitty OR fittie OR matten OR vecht\* OR gevecht) AND (tilb\* OR 013 OR rozemaandag OR "roze maandag" OR TilburgseKermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg OR besterd OR heuvel\* OR piuspl\* OR stadhuisplein OR koningsplein OR "pieter vredepl\*" OR "pieter vredepl\*" OR pietervrede\* OR pietervrede\* OR "willem II plein" OR "willem 2 plein" OR "willem twee plein" OR willemtweeplein OR willem2plein OR willemIIplein OR cityring OR paleising OR schouwburgring OR piusstr\* OR hendrikhof OR veemarktstr\* OR veemarktpl\* OR telegraafstr\* OR magazijnstr\* OR tivolistr\* OR "sint josephstr\*" OR sintjosephstr\* OR "jan aartestr\*" OR janaarte\* OR spoorlaan OR enschots\* OR emmapassage OR koestraat OR fabrieksstr\* OR lancierstr\* OR veldhovenstr\* OR tuinstr\* OR

- kazernehof OR "lange nieuwstr\*" OR langenuwstr\* OR nieuwanlandstr\* OR "willem II straat" OR "willem 2 straat" OR "willem twee straat" OR willemIIstraat OR willemtweestraat OR willem2straat OR muzetuin OR station OR ns OR veemarktkwartier OR stadhuisstr\* OR "oude markt" OR oudemarkt OR kapelhof OR "holy pink" OR holypink OR powergirl)
- (("teddy wish" OR "singles friday" OR singlesfriday OR "future ballroom" OR futureballroom OR "roze maandag express" OR rozemaandagexpress OR coenio OR "rene schuurmans" OR reneschuurmans OR "fajah lourens" OR fajahlourens OR addie OR "peter loree" OR peterloree OR etienne OR vinzzent OR "eddy walsh" OR eddywalsh OR "jeroen van zelst" OR JeroenVanZelst OR "marianne weber" OR marianneweber OR ruitery\* OR "they want you" OR theywantyou OR sieneke OR "ronnie tober" OR ronnetober OR funkerman OR "secret cinema" OR secretcinema OR jeroenski OR "robert courier" OR robertcourier OR dwinn OR "mc apster" OR MCApster OR rod OR barnt OR chymera ND\_Baumecker OR ostgut OR kompakt OR connaisseur OR panoramabar OR "peter snijders" OR petersnijders OR "madam gisela" OR madamgisela OR "trava memsy mallons" OR travamemsymallons OR chatteloe OR "dj jean" OR djjean OR jeevee OR gogo OR "miss jamie" OR missjamie OR tomcio OR groovesum OR "dj menno" OR djmenno OR "easy b oswald" OR easyboswald OR fonk OR "david ghetto" OR davidghetto OR "dj flamboyant" OR djflamboyant OR "dj blondt" OR djblondt OR "dj bakvorm" OR djbakvorm OR "jip deluxe" OR jipdeluxe OR "sonny wilson" OR sonnywilson OR zany OR "dj francois" OR djfrancois OR hyperactivo OR nowaxx OR "dj genius" OR djgenius OR "dj cold case" OR djcoldcase OR "vital connexion" OR vitalconnexion OR lowcaterz OR "b tec" OR prdx OR "noisemaking criminals" OR noisemakingcriminals OR "martin rivera" OR martinrivera OR "justin strikes" OR justinstrikes OR "elof de neve" OR elofdeneve OR "dikky vendetta" OR dikkyvendetta OR "mike s" OR ram6 OR sstantial OR sjampy OR karavaan) AND (tilburg OR tilburgse OR tilly OR 013 OR kermis)) NOT Multiradio\_mtr
  - (instagram OR yfrog OR pinterest OR flickr youtu\* OR keek\* OR vine OR ustream OR "flic.kr" OR "pic.twitter" OR twitpic OR pic OR foto) AND (tilly OR tillie OR tilburg OR kermis OR rozemaandag OR "roze maandag" OR TilburgseKermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg OR (kermis AND tilb\*)) **en** instagay
  - (onwel OR ziek OR flauw OR misselijk OR brand OR rook OR rookontwikkeling OR ehbo OR dronk\* OR glas OR glaz\* OR aanhoud\* OR aangehou\* OR gearrest\* OR arrest\* OR politie\* OR popo OR wout OR wouten OR scotoe OR scoto OR scotu OR juut OR juten OR babylon OR jilla OR gejat OR gestolen OR rel OR relle\* OR relschopper\* OR gereld OR slaan OR mishandle\* OR raka OR chieren OR helengue OR pleito OR pleiti OR trobel OR geslagen OR trappen OR getrapt OR neertrappen OR mol OR mollen OR bloed\* OR schop OR skup OR schoppen OR geschopt OR dashen OR rammen OR geramd OR gevecht OR opstoot\* OR fight\* OR fittie OR fitty OR bruya OR vecht\* OR trim\* OR knok\* OR knock OR stump\* OR stomp\* OR jump OR renne OR gevochten OR matten OR matpartij OR steek\* OR neergestoken OR neerstecken OR neerschieten OR wapen\* OR gun OR pipa OR mes OR pistool OR blaster OR knife OR geweer OR stiletto\* OR boksbeugel\* OR schroevedr\* OR vuurwapen\* OR blaffer OR pistool OR pistol\* OR shoot\* OR neerknallen OR aanslag\* OR bom OR hartaanv\* OR hartinf\* OR dood OR dode\* OR overleden OR paniek\* OR drug\* OR grimmig OR aggres\* OR agres\* OR flauw\* OR bloed\* OR aanrijding OR geknal\* OR gevallen OR overreden OR ongeluk OR beef OR blemmen OR bedreig\* OR kapot OR bek OR kanker\* OR kenker\* OR kk OR kkr OR dronken\* OR ghb OR drugs OR stof\* OR snats OR coke OR cocaine OR wiet OR methadone OR pretsigaret\* OR popper\* OR witte neus OR sloop OR slopen OR verniel\*) AND (tilburgse OR tilburg OR tilly OR 013 OR rozemaandag OR "roze maandag" OR TilburgseKermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg OR besterd OR heuvel\* OR piuspl\* OR stadhuisplein OR koningsplein OR "pieter vreedep\*" OR "pieter vreedep\*" OR pietervrede\* OR pietervreedep\* OR "willem II plein" OR "willem 2 plein" OR "willem twee plein" OR willemtweeplein OR willem2plein OR willemIIplein OR cityring OR paleisring OR schouwburging OR

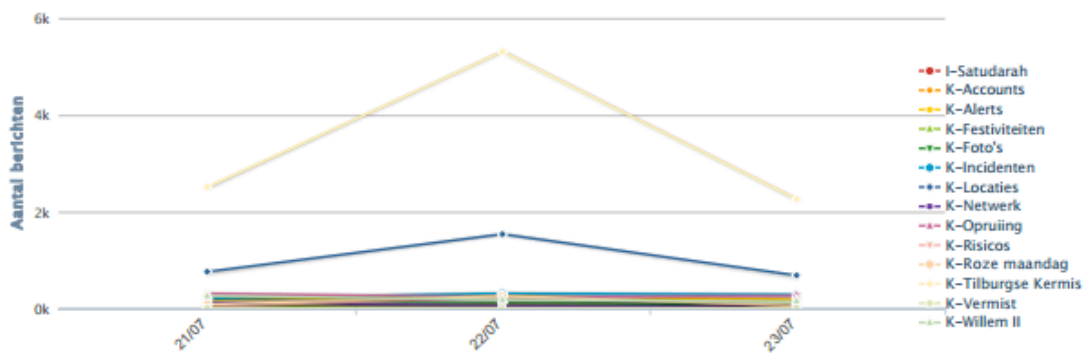
- piusstr\* OR hendrikhof OR veemarktstr\* OR veemarktpl\* OR telegraafstr\* OR magazijnstr\* OR tivolistr\* OR "sint josephstr\*" OR sintjosephstr\* OR "jan aartestr\*" OR janaarte\* OR spoorlaan OR enschots\* OR emmapassage OR koestraat OR fabrieksstr\* OR lancierstr\* OR veldhovenstr\* OR tuinstr\* OR kazernehof OR "lange nieuwstr\*" OR langenuwstr\* OR nieuwlandstr\* OR "willem II straat" OR "willem 2 straat" OR "willem twee straat" OR willemIIstraat OR willemtweestraat OR willem2straat OR muzetuin OR veemarktkwartier OR stadhuisstr\* OR nsplein OR "oude markt" OR oudemarkt OR kapelhof OR "holy pink" OR holypink OR powergirl) **en** (politieheli OR heli\* OR drone\*) AND (tilburgse OR tilburg OR tilly OR 013 OR rozemaandag OR "roze maandag" OR TilburgseKermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg)
- (botsauto\* OR besterd\* OR "ns plein" OR nsplein OR heuvel\* OR piuspl\* OR stadhuisplein OR koningsplein OR "pieter vredepl\*" OR "pieter vredepl\*" OR pietervrede\* OR pietervreede\* OR "willem II plein" OR "willem 2 plein" OR "willem twee plein" OR willemtweeplein OR willem2plein OR willemIplein OR cityring OR paleisring OR schouwburgring OR piusstr\* OR hendrikhof OR veemarktstr\* OR veemarktpl\* OR telegraafstr\* OR magazijnstr\* OR tivolistr\* OR "sint josephstr\*" OR sintjosephstr\* OR "jan aartestr\*" OR janaarte\* OR spoorlaan OR enschots\* OR emmapassage OR koestraat OR fabrieksstr\* OR lancierstr\* OR veldhovenstr\* OR tuinstr\* OR kazernehof OR "lange nieuwstr\*" OR langenuwstr\* OR nieuwlandstr\* OR "willem II straat" OR "willem 2 straat" OR "willem twee straat" OR willemIIstraat OR willemtweestraat OR willem2straat OR muzetuin OR station OR ns OR veemarktkwartier OR stadhuisstr\* OR "oude markt" OR oudemarkt OR kapelhof OR "holy pink" OR holypink OR powergirl OR "de popcorn" OR depopcorn OR lollipop OR "amstel bierhal" OR AmstelBierhal OR "dirty city disco" OR dirtycitydisco OR "kenker party" OR kenkerparty OR crazymonday\* OR "crazy monday" OR circo OR bolle OR brandpunt) AND (tilburg OR tillie OR tilly OR 013 OR kermis OR tilburgse\* OR kermisintilburg) **en** (omw OR onderweg OR ri OR richting OR naar) AND (tilburgse OR tilburg OR tilly OR 013 OR rozemaandag OR "roze maandag" OR TilburgseKermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg) **en** (taxi\* OR snorder\*)AND (tilly OR tillie OR tilburg OR kermis OR rozemaandag OR "roze maandag" OR TilburgseKermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg OR (kermis AND tilb\*)) **en** (trein\* OR verstoring OR vertraging OR stilstaan OR ns) AND (tilly OR tillie OR tilburg OR kermis OR rozemaandag OR "roze maandag" OR TilburgseKermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg OR (kermis AND tilb\*)) **en** bezoekersstop
  - (3g OR wifi OR netwerk OR mast\* OR "geen bereik" OR provider OR anonymous OR app OR druktemeter) AND (tilburgse OR tilburg OR tilly OR 013 OR kermis)
  - (sfeer OR druk\* OR grimmig\* OR chao\* OR "op elkaar gedrukt" OR mobilise\* OR verzamel\* OR hooligan\* OR rellen) AND (rozemaandag OR "roze maandag" OR TilburgseKermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg OR (kermis AND til\*))
  - (homo OR gay OR lesbo OR pot OR potten OR flikker OR homofiel OR nicht OR poot OR relnicht\* OR dragqueen\* OR drag OR queen\*) AND (tilburg OR tillie OR tilly OR 013 OR kermis OR holypink OR "holy pink" OR popcorn OR "de popcorn" OR depopcorn OR paleisring OR "roze maandag" OR rozemaandag) NOT melancholy
  - (kermis AND (til\* OR tillie OR tilly OR 013)) **en** (Blauwezondag OR "blauwe zondag") **en** rozemaandag OR "roze maandag" OR tilburgsekermis OR kermistilburg OR KermisinTilburg OR kermis2013 OR kermisfm OR igerstilburg
  - (kind\* OR baby OR zoon OR zoontje OR jochie OR dochter OR dochtertje OR jonge\* OR meisje\* OR man\* OR vrouw\* OR persoon OR iemand AND (vermis\* OR kwijt OR weggelopen)) AND (rozemaandag OR Singlefriday OR single OR "roze maandag" OR tilburg OR 013 OR tillie OR tilly OR tilburgse OR kermis)
  - (instagram OR flickr OR "flic.kr" OR "pic.twitter" OR twitpic OR pic OR foto) AND ((station OR perron) AND breda) **en** (station OR perron) AND breda
  - (taxi AND Tilburg)

Plaatjes over aantallen

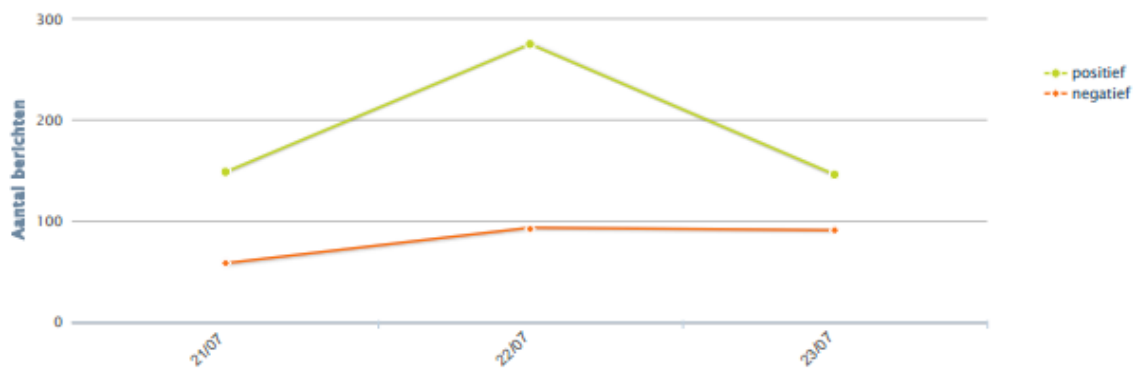
Volume



Zoekopdracht



Sentiment

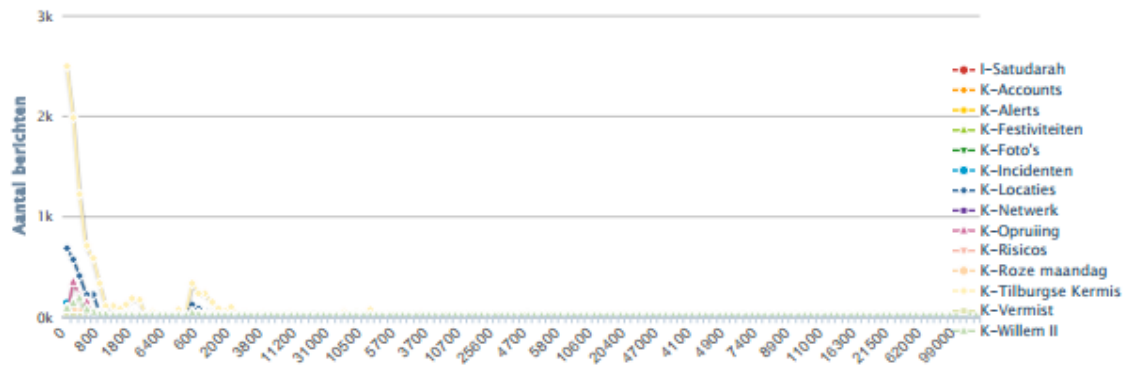


Tagcloud

013 2013 300.000 3fm aan attracties avond avondje begonnen bekijken ben bezoekers bij blauwe botsauto  
 brabant breda contact dag damian dat day detilburgsekermis die dit draaglichtgekke draaien druk drukte eddie  
 eindhoven familie feest feestje foto gay gayday gezellig geweest geweldige gewonnen gezellig gezellige gezelligheid gisteren goed grind  
 groningen haha heb herenven help het heb homo installies instaweatherpro jaar jij jullie karat kast kermis  
 kermisfm kermistilburg kijken kom komen lekker leuk live luisteren maandag matchday met meten  
 morgen naar nachtmerrie netwerk richte niet nieuw nieuws nijmegen noord nou omw onderweg ook opening others party plezier pink plezier  
 programma radio redactie richting roze rozemaandag start station straks studio super the tijdens tilburg  
 tilburgse tilburgsekermis tilly today top topic trein trekken trending twente utrecht van vanaf  
 vanavond vandaag vanmiddag vanat wat verkoeling voor wachen warm was wat water weer wie wil zie zien ziggo zin zometeen  
 zover

## Analyse buzz bij evenementen

### Bereik



Potentieel bereik  
**14.488.000**

Aantal berichten  
**16.077**

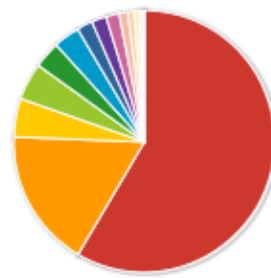
Gemiddeld bereik  
**901.16**

### Geplaatst door



geplaatst door	aantal
<a href="#">kermisfm</a>	249
<a href="#">OfficialSA</a>	223
<a href="#">Loqsfinx</a>	150
<a href="#">jeffreyskaas</a>	116
<a href="#">Dopesttshority</a>	98
<a href="#">rozemaandag</a>	89
<a href="#">KermisinTilburg</a>	88
<a href="#">yvonne4d</a>	54
<a href="#">kermistilburg</a>	51
<a href="#">jijnl</a>	50
<a href="#">geertharding</a>	49
<a href="#">Muisvleer</a>	49
<a href="#">johnnyvangelst</a>	47
<a href="#">TilburginBeeld</a>	44
<a href="#">nieuws_tilburg</a>	43
<a href="#">freddiederoeck</a>	28
<a href="#">FxcckBonafide</a>	22
<a href="#">BDStadsgezicht</a>	22
<a href="#">tilburgveilig</a>	19

### Sentiment



zoekopdracht	aantal
<a href="#">K-Tilburgse Kermis</a>	10070
<a href="#">K-Locaties</a>	2942
<a href="#">K-Incidenten</a>	796
<a href="#">K-Opruiming</a>	792
<a href="#">K-Alerts</a>	598
<a href="#">K-Willem II</a>	541
<a href="#">K-Roze maandag</a>	346
<a href="#">K-Risicos</a>	316
<a href="#">K-Foto's</a>	277
<a href="#">K-Netwerk</a>	189
<a href="#">K-Accounts</a>	127
<a href="#">K-Festiviteiten</a>	99
<a href="#">I-Saturday</a>	71
<a href="#">Station Breda</a>	36
<a href="#">taxi</a>	5
<a href="#">K-Vermist</a>	4

Locaties



Gemeente	aantal
tilburg	1601
amsterdam	197
s-hertogenbosch	170
eindhoven	161
utrecht	152
breda	143
rotterdam	94
hilversum	41
dordrecht	40
haarlem	39
groningen	34
goirle	33
oisterwijk	33
dongen	31
gouda	30
waalwijk	25
helmond	24
hoorn	22
nijmegen	20
oosterhout	20

Gemarkeerde berichten

Klachten

- t
Door: [onbegrijpbaar](#) L:NL geplaatst op: [23-07-2013 22:20:38](#)
volgers: 2794 / vrienden: 127

Op roze maandag waren het niet de homofielen maar de scootmobielen die het voor mij verpestte  
twitter.com
- t
Door: [bliksemslag](#) L:NL geplaatst op: [23-07-2013 18:00:16](#)
volgers: 80 / vrienden: 331

@kermisfm vind ik heel erg jammer.hadden jullie niet gewoon 10dagen via ziggo uit kunnen zenden.en nu kan ik jullie niet meer zien (1/2)  
twitter.com
- t
Door: [bliksemslag](#) L:NL geplaatst op: [23-07-2013 17:55:55](#)
volgers: 80 / vrienden: 331

@kermisfm heee snik snik,ik kan niet meer naar jullie kijken op ziggo tv.ze hebben de stekker er uit getrokken,jammer genoeg.en waarom?  
twitter.com
- t
Door: [Sascha HvdG](#) L:NL geplaatst op: [21-07-2013 22:05:48](#)
volgers: 49 / vrienden: 143

Jammer, de agressie op de Tilburgse Kermis. Belang je gewoon in een vechtpartij omdat je iemand niet hebt laten winnen, waar gaat het heen?!

## Analyse buzz bij evenementen

### Sfeer

- 
-  Door: [aprilamelsvoort](#) L:NL geplaatst op: [23-07-2013 10:42:19](#) volgers: 100 / vrienden: 143
-  Heerlijke Roze maandag gehad!!! :)  
twitter.com
- 
-  Door: [Samansteenwijk](#) L:NL geplaatst op: [23-07-2013 09:48:36](#) volgers: 2555 / vrienden: 156
-  Het was echt super gisteren in @cafe\_dekok #rozemaandag , wat een leuk publiek! <http://solutd.com/samantasteenwijk/view/a7feb4>  
twitter.com
- 
-  Door: [ikbenadie](#) L:NL geplaatst op: [23-07-2013 09:20:50](#) volgers: 2676 / vrienden: 3
-  Het was een heerlijke #rozemaandag !!! Ik heb genoten! <http://t.co/jNCxXi5Rap>  
twitter.com
- 
-  Door: [rozemaandag](#) L:NL geplaatst op: [23-07-2013 09:20:24](#) volgers: 2017 / vrienden: 518
-  RT @Marlou86: @rozemaandag verkoeling was perfect geregeld vandaag! Lekker af en toe onder een sproeier, heerlijk! Heb weer genoten, tot vo...

### Verslag van de kermis

- 
-  Door: [ballonvarenNL](#) L:NL geplaatst op: [22-07-2013 23:31:34](#) volgers: 615 / vrienden: 438
-  Vanuit de #luchtballon: onderaan is @Interpolis te zien en rechts op de foto @kermistilburg @kermisfm#Virginnl #Tilburgsekermis #Rozemaandag  
twitter.com
- 
-  Door: [freddieroock](#) L:NL geplaatst op: [22-07-2013 23:24:40](#) volgers: 710 / vrienden: 2000
-  #Rozemaandag op de #Tilburgsekermis zie de foto's <http://partyenconcert.nl/roze-maandag-op-de-tilburgse-kermis/>  
twitter.com
- 
-  Door: [freddieroock](#) L:UNKNOWN geplaatst op: [22-07-2013 23:22:52](#) volgers: 710 / vrienden: 2000
-  Een mooie #Fotoreportage over de #Rozemaandag die vandaag weer was op de #Tilburgsekermis zie de foto's... <http://fb.me/OFMiAqhM>  
twitter.com
- 
-  Door: [ROJApers](#) L:NL geplaatst op: [22-07-2013 23:21:06](#) volgers: 216 / vrienden: 253
-  Weer thuis van de Tilburgse kermis en Roze Maandag. Er was genoeg te zien en te fotograferen. #tilburgsekermis <http://t.co/N18KC4LnfX>  
twitter.com
- 
-  Door: [RalphBruens](#) L:NL geplaatst op: [22-07-2013 23:18:06](#) volgers: 7 / vrienden: 53
-  "@DylanHaegens: Bel naar carglass als je een sterretje ziet <http://t.co/y7U0Im4eEp>" even een RozeMaandag foto verwacht.....  
twitter.com

### Incidenten en wat je daarvan zag op online media

- 
-  Door: [italianpride](#) L:NL geplaatst op: [22-07-2013 15:01:16](#) volgers: 221 / vrienden: 133
-  Er ging net een jongen van 15 knock naast me #kermis #rozemaandag  
twitter.com
- 
-  Door: [Wandersonmusic](#) L:AF geplaatst op: [22-07-2013 13:25:27](#) volgers: 309 / vrienden: 149
-  Bevrijdings dag voor de flikkers vandaag in Tilburg (RozeMaandag) dus voor alle swagg iekss omg omg faggots sluit je aan en enjoy!  
twitter.com
- 
-  Door: [FxcKBonafide](#) L:NL geplaatst op: [22-07-2013 12:51:59](#) volgers: 234 / vrienden: 287
-  Wie gaat er mee een homo's mishandelen in Tilburg?  
twitter.com

## Analyse buzz bij evenementen

	Door: <a href="#">tilburgveilig</a> L:NL geplaatst op: <a href="#">22-07-2013 20:16:35</a>	volgers: 417 / vrienden: 404
	Zakkenroller van portemonnee aangehouden op #TilburgseKermis. Let op uw eigendommen #rozemaandag" twitter.com	
	Door: <a href="#">DimitriBroekhof</a> L:NL geplaatst op: <a href="#">22-07-2013 17:31:36</a>	volgers: 266 / vrienden: 231
	Rij de parkeerplaats op en 4 jongeren rennen weg. Struiken in de brand gestoken. #Tilburg #Noord twitter.com	
	Door: <a href="#">Squmers</a> L:NL geplaatst op: <a href="#">22-07-2013 21:08:51</a>	volgers: 3 / vrienden: 28
	De ns laat ons de reiziger aardig in de steek vandaag. Vanmiddag Tiel Tilburg reistijd ruim 2 uur in een wagon zonder airco. Hulde NS#ns twitter.com	
	Door: <a href="#">OfficialSA</a> L:NL geplaatst op: <a href="#">22-07-2013 02:35:47</a>	volgers: 175 / vrienden: 68
	Waarom vecht jij met mensen op kermis — Omdat het kan <a href="http://ask.fm/a/5977d1m3">http://ask.fm/a/5977d1m3</a> twitter.com	
	Door: <a href="#">thojas1000</a> L:NL geplaatst op: <a href="#">21-07-2013 22:59:56</a>	volgers: 175 / vrienden: 133
	@jeffreykaas hahaha oke whatsapp me anders even. 0611347694 dan maken we de afspraak even compleet twitter.com	
	Door: <a href="#">jeffreykaas</a> L:AF geplaatst op: <a href="#">21-07-2013 22:58:48</a>	volgers: 294 / vrienden: 237
	@thojas1000 kom dan volgende vrijdag 14:00 station Tilburg ik sla je helemaal kapot ben btw iemand dus nie ruig doen 14 jarig kneusje twitter.com	



## Bijlage 4. Contactpersonen

naam	rol	telefoon	mail
Boaz Adank	veiligheidsadviseur Gemeente Oosterhout	06 212 63 114	<a href="mailto:b.adank@oosterhout.nl">b.adank@oosterhout.nl</a>
Ewoud de Voogd	adviseur HowAboutYou	06 47 023 781	ewoud@howaboutyou.nl
Frank Bruijninx	adviseur HowAboutYou	06 24 65 00 31	frank@howaboutyou.nl
Marieke van Wijk	hoofd communicatie Veiligheidsregio Midden- West-Brabant	06 12 86 64 48	<a href="mailto:marieke.van.wijk@veiligheidsregiomwb.nl">marieke.van.wijk@veiligheidsregiomwb.nl</a>
Paul Francken	Politie Zeeland - West-Brabant Taskforce Tilburg Veilig	06 52 454 869	Paul.Francken@mw-brabant.politie.nl

## Bijlage 5. Over HowAboutYou

HowAboutYou specialiseert zich in online media monitoring in het publieke domein. Via tientallen opdrachtgevende gemeenten, politie-eenheden, GHOR-regio's, GGD's en een veiligheidsregio beseft HowAboutYou dat het monitoren van risico's een bijdrage levert aan de veiligheid van evenementen. Zowel voorafgaand aan evenementen als tijdens het evenement zelf. HowAboutYou werkt daarom met verschillende partners aan een aanpak om signalen op 'Feestje & Veiligheid' tijdig op te pikken en toetst deze aanpak in de praktijk. Voorbeelden van recente analyses zijn de opsporing na de rellen in Haren, het sneeuwballengevecht in Breda, de schoolshooting en de nasleep daarvan in Leiden en de Troonswisseling. Zowel bij Haren als bij de Troonswisseling formeerde HowAboutYou bijvoorbeeld een team van acht personen om de analyses uit te voeren. Dit zijn niet allen door een opdrachtgever betaalde analyses geweest; HowAboutYou en haar partners investeren zelf stevig om gevoel te krijgen bij de aard en relevantie van de buzz en de aanpak om deze accuraat en snel te analyseren. Vlieguren helpen om gevoel te ontwikkelen en aanpakken te verbeteren.

De monitoring van de online media voor evenementen raakt dus verschillende disciplines en actoren. HowAboutYou ontwikkelt haar aanpak bewust met verschillende specialisten. De partij die alle berichten op online media verzamelt en opslaat is OBI4wan. OBI4wan ondersteunt bij het geautomatiseerd en handmatig analyseren van grote hoeveelheden berichten. Aan de analysekant spelen onderzoekers, journalisten en beïnvloeders een belangrijke rol om risico's te inventariseren. Het gaat hier om spitwerk en veldonderzoek waarbij insight information en diepgaande kennis van het evenement het vertrekpunt zijn. HowAboutYou verwerkt de risico-analyses tot zoekopdrachten en analyseert de gegevens. HowAboutYou werkt deze uit in waardevolle rapportages op maat. Zij kan ook ondersteunen bij de webcare. Aan de interventiekant bouwt HowAboutYou aan een netwerk van specialisten op crisiscommunicatie, nazorg en crowd control, van wie zij leert.