

// je leest nu

SPORTBELEVING  
VAN 8 PROFESSIONALS  
IN DE SPORT

EVENEMENTEN



- Ellen van Dijk** ongeveer 4 uren geleden  
Today first stage #energiewachtour. The bike won't be an excuse today. Thanks olf! <http://twitgoo.com/22z2on>
- Sam Bewley** ongeveer 5 uren geleden  
Heading to the start of GP Cerami. Another nice day in Belg! This traffic is not so ideal though.
- Michael Vingerling** ongeveer 7 uren geleden  
Ging goed gisteravond op de Coureur! Nu verder opbouwen. Dus beginnen met een duurtje :-)

PRODUCTEN VAN SPORT8



Twitter-explosie tijdens de wereld kampioenschappen baanwielrennen

DOOR WILLEM - APRIL 7, 2011 - REAGEER

TAGS BAANWIELRENNEN, SOCIAL MEDIA, SPORT 2.0, SPORTEVENEMENTEN, TWEETS, TWITTER, WIELRENNEN, WKBAAN

Zondag 27 maart 2011 was de laatste dag van de WK Baanwielrennen in Omnisport Apeldoorn. Een wielerevenement op Nederlandse bodem waar Nederland vijf medailles binnen sleepte. Een degelijke prestatie tussen grote wielervluchten als Australië en Groot-Brittannië. Naast dit sportieve succes was er ook succes op het gebied van social media. Met noteringen op zaterdag en zondag in de trending topiclijst van Nederland en bijna 8000 tweets in 5 dagen stond de WK Baanwielrennen ook in social media-land op de kaart.

In samenwerking met mijn collega's van marketing & communicatie voor de WK Baanwielrennen had ik een strategie uitgezet met verschillende (promotionele) acties voor en tijdens de WK Baanwielrennen via Twitter. Deze twitteracties hadden verschillende vormen. Zo waren er voorafgaand aan de WK Baanwielrennen prijsvragen, werden de volgers van informatie voorzien, waren er deelnames aan promotionele activiteiten te winnen en werden er gratis toegangskarten weggegeven via Twitter.

De verschillende (promotionele) twitteracties hadden o.a. als doel dat de WK Baanwielrennen onder de volgers van @wkbaan2011 ging leven. Belangrijk is daarbij de keuze van een onderwerp (hashtag #) die je wilt gebruiken om het evenement mee aan te duiden in de twitterberichten.

Op de vraag of het gelukt is dat de WK Baanwielrennen onder volgers is gaan leven? Ik denk het wel. Vorige week zaterdag en zondag was de WK Baanwielrennen in Apeldoorn namelijk hét trending topic op Twitter! Trending topic wil zeggen dat dit het meest besproken onderwerp is op het social media kanaal Twitter in Nederland. Middels het plaatsen van een hashtag (#) voor het onderwerp kan men alle berichten categoriseren. De site Twimmer.com kan hierdoor de onderwerpen weergeven die per dag, laatste 4 uur of zelfs per uur het meest populair zijn in de zo genoemde trending topic-lijst.

De WK baanwielrennen in eigen land bracht meer dan 20.000 toeschouwers naar evenementlocatie Omnisport Apeldoorn, waar naast de aanwezige tv en radio broadcasters ook de social media een rol speelde voor de promotie. De populariteit van de WK Baanwielrennen op Twitter is mede te danken aan de Backchannel van Rabo Sport Now en de technische oplossing van MATCH Sport Media Solutions. Met Rabobank als partner was de link met de Backchannel van Rabo Sport Now snel gelegd. De Backchannel is een live feed die interactie van alle bezoekers op een evenement toont. Op grote schermen zagen de bezoekers alle tweets en foto's geplaatst met de hashtag over het evenement. Voorafgaand aan de WK Baanwielrennen werden de twitteraccounts van de Nederlandse baantoppers toegevoegd aan de feed van de Backchannel. Zo waren voor alle fans zowel op de website van de WK Baanwielrennen als op Rabo Sport Now de voorbereidingen en belevenissen te volgen van de Nederlandse renners en rensters.

zelf, pers en organisatie, was er veel betrokkenheid en groeide in de week het enthousiasme voor twitteren. Op vrijdag 25 maart j.l. wisten een paar vrienden vanuit de auto onderweg in de file richting Apeldoorn, via Twitter, de laatste 3 kaartjes voor het vervolgens uitverkochte evenement te bemachtigen! En kon een quote van baanwielrenner Peter Schep binnen een minuut door een journalist vanaf het middenterrein gedeeld worden op Twitter en dus ook op het scherm te lezen voor alle toeschouwers.

Op zaterdagochtend werd het enthousiasme om te twitteren voor de WK baanwielrennen bijna om zeep geholpen door de UCI. Er werd door de UCI gevraagd om uitleg over Twitter op de schermen. Het was namelijk zo dat op vrijdagavond, tijdens de mannen- afvalkoers er een fout was gemaakt door de jury. Binnen enkele seconden waren er tweets zichtbaar op de schermen met teksten als "grote fout door de jury bij #wkbaan" en "onprofessioneel gedrag van de jury bij de afvalkoers #wkbaan". De UCI gaf aan dat deze content niet getolereerd werd, want dit zou de geloofwaardigheid van de jury bij de mensen in het stadion kunnen beïnvloeden. Ik gaf aan niets te veranderen aan de content, aangezien dit de transparantie van de sport en het evenement vergroot.

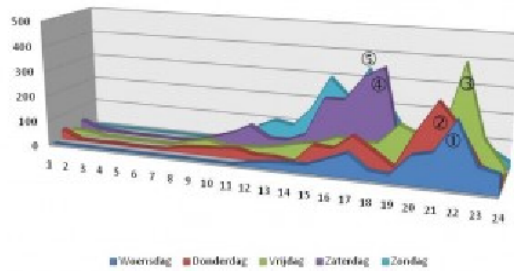
Sport8.nl: Twitter-explosie tijdens de wereld kampioenschappen baanwielrennen <http://bit.ly/hfLLjH> door

@besseler via @sport8NL  
#sport8  
about 3 hours ago

**Marjon Grefte**: RT @WKbaan2011: Twitter-explosie tijdens de wereld kampioenschappen baanwielrennen <http://t.co/DUGtwyk> door @besseler via @sport8NL #sport8  
about 4 hours ago

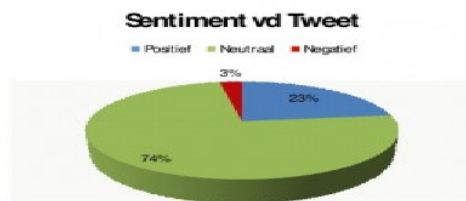
**Vera Koedoeder**: RT @WKbaan2011: Twitter-explosie tijdens de wereld kampioenschappen baanwielrennen <http://t.co/DUGtwyk> door @besseler via @sport8NL #sport8  
about 4 hours ago

**Arend Heideman**: RT @WKbaan2011: Twitter-explosie tijdens de wereld kampioenschappen baanwielrennen <http://bit.ly/hfLLjH> door @besseler via @sport8NL #sport8  
about 4 hours ago



Figuur 1: Zwaartepunten aantal tweets tijdens het WK baan. Bron: Probit

Het Apeldoornse marktonderzoekbureau Probit heeft in een onderzoek naar het gebruik van Twitter tijdens de WK Baanwielrennen de bijna 8000 tweets met het programma Buzzalyzer geanalyseerd en kwam met duidelijke cijfers naar buiten. De meeste tweets waren overwegend neutraal van aard. Echter, was na dag één, 15% van de tweets positief, na het hele toernooi lag dit percentage zelfs op 23%. Dit is uitzonderlijk hoog, omdat Probit na de analyse van vijftigduizend willekeurige tweets constateerde dat slechts negen procent een positieve lading heeft. Het percentage negatieve tweets daalde van 5% na dag één, tot slechts 3% na het hele toernooi waar de Buzzalyzer normaal gesproken tot twintig procent komt.



Figuur 2: Sentiment van de tweet. Bron: Probit

Een analyse van de negatieve en positieve tweets leert dat de negatieve tweets vooral gaan over de speaker, de camerabeelden van de televisie uitzendingen, het ontbreken van live beelden op televisie en een minder goed geluid of de slechte muziekkeuze. De positieve tweets zijn ruim in de meerderheid (acht keer zoveel dan tweets met een negatief sentiment) en gaan vooral in op de belevenis, het indrukwekkende van het evenement en later tijdens het evenement ook over de resultaten van de Nederlanders. Je leest trots bij Apeldoorners en bewondering voor het Omnisportcentrum.

Door de verschillende (promotionele) twitteracties en de goede samenwerking met de verschillende partijen denk ik dat de organisatie van de WK Baanwielrennen de kansen van Twitter benut heeft en dat hierdoor een grotere beleving is gecreëerd rondom de wereldkampioenschappen Baanwielrennen. Welke promotionele acties het meeste geschikt zijn komt terug in mijn onderzoek 'hoe Twitter ingezet kan worden om doelgerichte marketingcommunicatie voor de WK Baanwielrennen te verbeteren'.

Vind ik leuk 10

Willem Besseler. Afgestudeerd Sportontwikkeling (ALO) en momenteel vierde jaars student Sportmanagement aan het Instituut voor Sportstudies te Groningen. Tegenwoordig houdt hij zich bezig met het organiseren van het NK en WK baanwielrennen in Omnisport Apeldoorn. Hij heeft een passie voor golf en is het liefst innovatief en creatief bezig in de sport.

Tweet 25

#### GERELATEERDE ARTIKELN



Waar is mijn plek op de sportarbeidsmarkt?



Onvoldoende draagvlak voor Olympische Spelen in Nederland



Snel, makkelijk en goedkoop een website maken voor je sportvereniging

#### DISCUSSIE

3 Reacties op "Twitter-explosie tijdens de wereldkampioenschappen baanwielrennen"

De toepassing is de startmotor, men wordt geprikkeld om te gaan twitteren en vervolgens ontstaan er hier kansen voor de organisatie achter het evenement.



Jullie hebben de kansen benut en hierdoor een grotere beleving gecreëerd rondom de Wereld Kampioenschappen. Dat is waar we samen naar streven! Door in te spelen op de technologische veranderingen, en met jarenlange ervaring in technische productie en organisatie van sportevenementen, zien we dat dergelijke ontwikkelingen kansen bieden voor sportorganisaties.

Ik raad het alle evenement organisaties aan! En lees graag straks het verslag van je onderzoek, tot snel.

POSTED BY [MARLOES VOSKUILEN](#) | 8 APRIL 2011, 16:36

Dankjewel. Ook de eindconclusie van het onderzoek zal op sport8.nl te vinden zijn rond de zomer.



Twee collega's van Sport8 zijn momenteel bezig voor het EK bmx 2011, Ook hier zal social media worden geïntegreerd. Zij zullen dit lezen en naar alle waarschijnlijkheid wel contact met je willen opnemen.

POSTED BY [WILLEM](#) | 7 APRIL 2011, 22:25

Leuk dat jullie de Buzzalyzer analyse in jullie blog verwerkt hebben. Ik ben ook erg benieuwd naar de eindevaluatie van het complete evenement en hoe jullie onze analyse daarin verwerkt hebben.



Wij zijn in voor meer samenwerking op dit vlak!

POSTED BY [BERT ANVELINK](#) | 7 APRIL 2011, 20:27