



# Medieanalys

---

A Non Smoking Generation  
1 jan – 30 jun 2020

# Innehåll

Innehåll	2		
Introduktion	3		
<b>Redaktionella Medier</b>			
Nyckeltal	5		
Nyhetsöversikt	6		
Ämnesanalys	7		
Kvalitativ tonalitetsanalys	8		
Kvantitativ tonalitetsanalys	9		
Toppublikationer & medietyp	10		
Ordmoln	11		
Toppkällor   Social Echo	12		
Exempelartiklar   Tobaksbolag	13		
		<b>Sociala Medier</b>	
		Nyckeltal	15
		Inläggsöversikt	16
		Tonalitetsanalys	17
		Toppkonton	18
		<b>Reklamsamarbeten</b>	
		Översikt	20
		LYFT	21-23
		Nordic Spirit	24
		ZYN	25
		<b>Appendix</b>	26

# Introduktion

Denna rapport har gjorts i syfte att undersöka hur rapporteringen sett ut gällande tobak i redaktionella- och sociala medier under perioden 1 januari till 30 juni 2020. Med tobak avser vi framförallt användningen av cigaretter och snus. Vidare har vi analyserat om artiklarna och inläggen har varit positiva, negativa eller neutrala till tobaksindustrin, cigaretter och snus. Urvalet har gjorts genom en sökning i Meltwaters programvara. Träffarna filtrerades ut med en sökning med krav på vissa nyckelord. Vidare har sökningen innehållsbegränsningar för att filtrera ut irrelevanta artiklar och inlägg (se sid. 26 för information om sökningar).

I en separat del av rapporten har vi även undersökt utvalda reklamsamarbeten mellan svenska Instagram influencers och produktmärken som tillverkas och säljs av tre olika tobaksföretag.



# Hur har tobak porträtterats i redaktionella medier?

---

1 jan – 30 jun 2020

# Nyckeltal

## Metod & urval

Siffrorna för delen av rapporten som berör redaktionella medier är hämtade från en generell sökning relaterat till tobak i media. Detta för att kunna ge en generell bild över hur mycket exponering tobak genererat.

Exempelartiklarna är hämtade från artiklar där tobak eller ord kopplade till tobaksindustrin omnämns i titel eller ingress.

## Nyckeltal

**7 886**  
(11 381)  
**Antal Artiklar**

**8%**  
(8%)  
**Medierelevans**

**-23%**  
(-36%)  
**Tonalitet**

**6 930 M**  
(6 952 M)  
**Räckvidd**

Tobak har omnämnts i 7 886 artiklar under första halvåret 2020, vilket är en minskning sett till samma period föregående år. Vidare har artiklarnas ackumulerade räckvidd minskat marginellt sedan första halvåret 2019. Notera att nyckeltalen för H1 2019 står inom parentes.

**Relevans:** Andel artiklar som omnämnt tobak, eller ord kopplade till tobaksindustrin i titeln eller ingressen dividerat med totala antalet artiklar.

**Tonalitet:** Andel positiva artiklar minus andel negativa artiklar. Notera att nyckeltalet baseras på den kvalitativa tonaliteten.

## Toppartiklar



Expressen  
4 maj  
Räckvidd: 7,4 M



Aftonbladet  
19 maj  
Räckvidd: 7,4 M



Expressen  
25 feb  
Räckvidd: 7,4 M

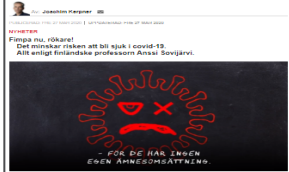
# Nyhetsöversikt

## Keith Richards har slutat röka



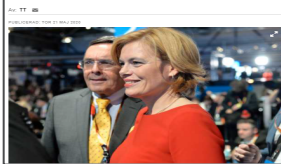
Dagens Nyheter  
8 feb

## Att sluta röka minskar coronarisken

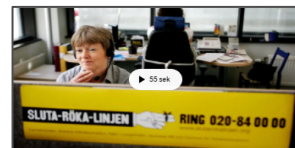


Aftonbladet  
27 maj

## Tobaksreklam förbjuds på tyska gator



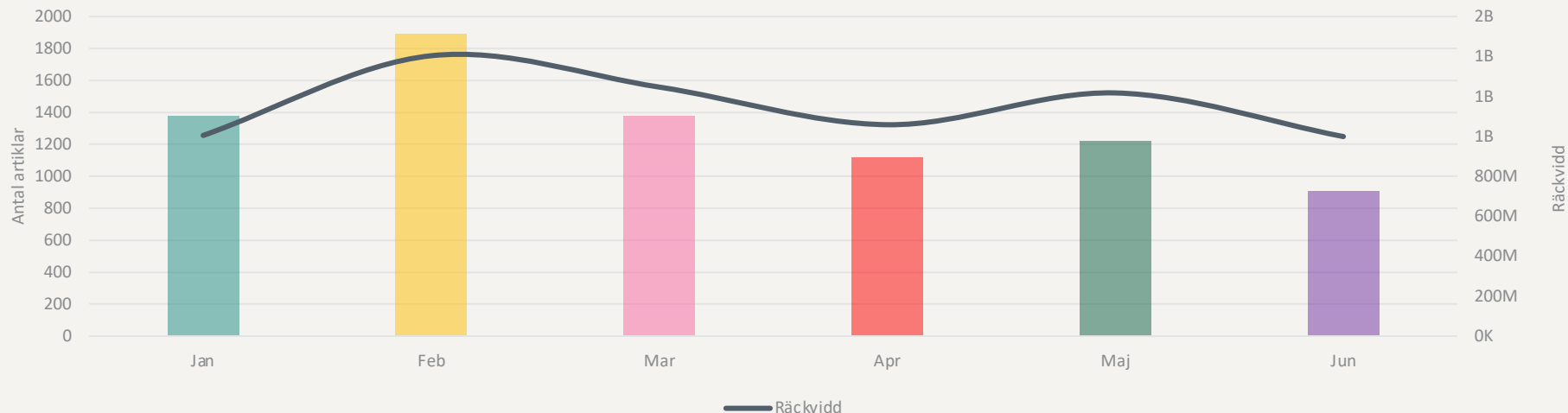
Aftonbladet  
21 maj



Rökare vill ha stöd att fipna när regler i samhället ändras

SVT  
30 jun

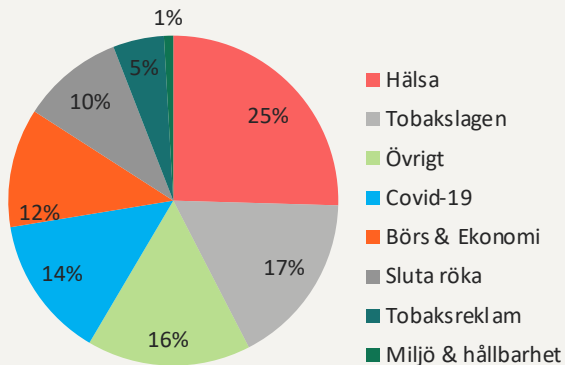
Diagrammet visar exponeringen sett till volym och räckvidd per månad. Exempelartiklarna är artiklar som har nått ut till många potentiella läsare.



# Ämnesanalys



Ämne	Antal artiklar	Total räckvidd	Tonalitet
Hälsa	168	155 M	-75%
Tobakslagen	112	100 M	-14%
Övrigt	106	112 M	-/+0%
Covid-19	92	150 M	+45%
Börs & Ekonomi	77	43 M	+17%
Sluta röka	66	66 M	-47%
Tobaksreklam	33	22 M	-91%
Miljö & hållbarhet	6	662 000	-67%



Samtliga artiklar som omnämnt tobak, eller ord kopplade till tobaksindustrin i titeln eller ingressen (660 artiklar) har kategoriserats efter ämne. Tabellen visar ämnesfördelningen. Flest artiklar har berört Hälsa. De positiva artiklarna inom ämneskategorin Covid-19 handlade främst om olika spekulationer kring huruvida snus kan skydda mot corona eller inte.

# Kvalitativ tonalitetsanalys

## Kvalitativ tonalitet - 2020

Tonalitet	Antal Artiklar	Räckvidd	Annonsvärde
Positiv	157 (73)	149 M (31,9 M)	26,8 M SEK (5,7 M SEK)
Neutral	313	248 M	
Negativ	250	287 M	

### Gravidas rökning ökar risken för frakturer



### Studie: Rökning bakom hög corona-dödlighet



### Ny studie: Snus minskar riskerna för muncancer



- COVID: KAN SNUS HA EFFEKT?
- FEST TILLÅTS IGEN PÅ ISLAND
- EXTRA SKATT PÅ KLÄDER
- POLIS SATTE KNÄ ÖVER HALS
- SVENSK OLAGLIG PALMOLJA
- JK ROWLING SLÄPPER NY BOK

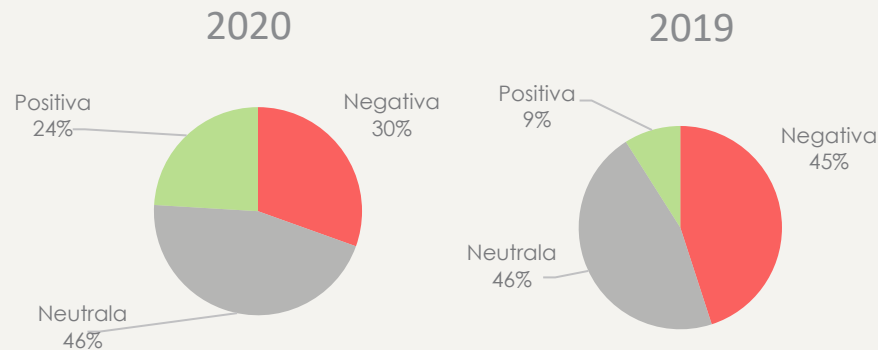
I programmet i kväll. Som ni ser så kommer vi bland annat att

**Forskarnas teori: Snus skyddar mot corona**

Samtliga artiklar som omnämnt tobak, eller ord kopplade till tobaksindustrin i titeln eller ingressen (660 artiklar) har kategoriserats manuellt efter tonalitet. Nyckeltal för 2019 står inom parentes. Vidare visar cirkeldiagrammen nedan fördelningen av negativa, positiva och neutrala artiklar för 2020 och 2019.

En stor del av de positiva artiklarna berörde bland annat en studie som visat att snus kan minska riskerna för muncancer. Andra positiva artiklar har varit børsrelaterade. De negativa artiklarna har handlat om flera olika ämnen, bland annat om tobakens hälsorisker.

**Annonsvärde:** Då tobak, eller ord relaterat till tobaksindustrin, omnämns i titeln eller ingressen av artiklarna så har tobak haft en huvudroll eller en framträdande roll i artiklarna, värdet för medie kvaliteten är därför (1). Se appendix på sid. 22 för formeln för annonsvärdet.

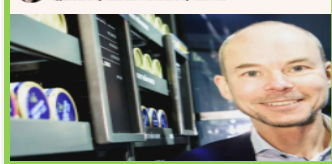




# Kvantitativ tonalitätsanalys

## Kvantitativ tonalitet - 2020

Tonalitet	Antal Artiklar	Räckvidd	Annonsvärde
Positiv	770 (1 403)	397 M (506,3 M)	47,7 M SEK (43,7 M SEK)
Neutral	5 556	5 419 M	
Negativ	1 551	1 113 M	

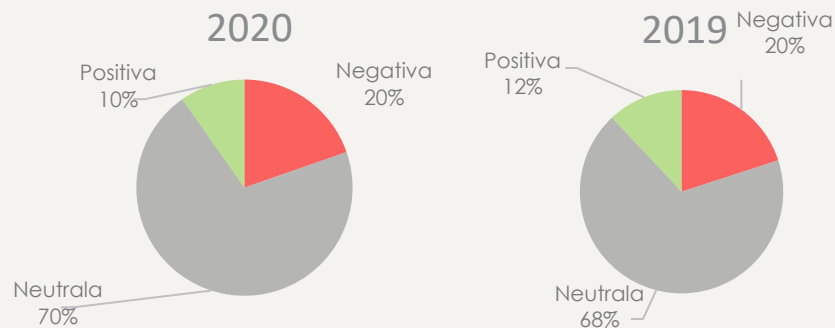


Den kvantitativa tonalitätsanalysen har gjorts på samtliga artiklar (7 886 artiklar), Tonaliteten har fastställs genom en algoritm som bestämmer tonalitet efter värdeord. Notera att nyckeltal för positiva artiklar 2019 står inom parentes.

En stor del av de positiva artiklarna berörde börsrelaterade nyheter. De negativa artiklarna har handlat om flera olika ämnen, bland annat om tobakens hälsorisker.

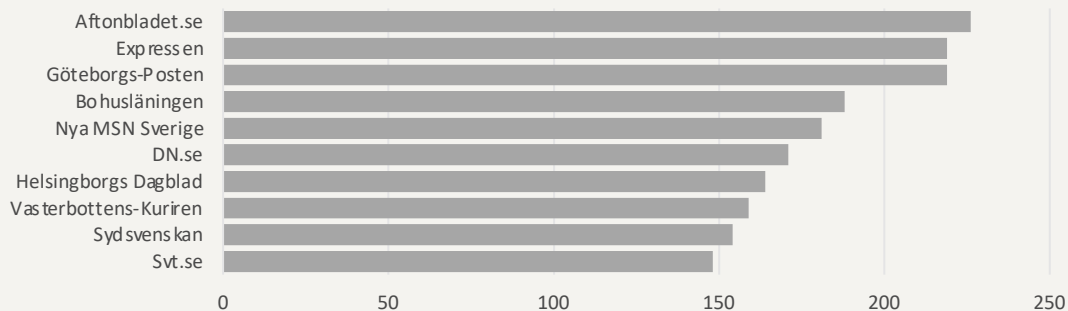
Vidare visar cirkeldiagrammen nedan fördelningen av negativa, positiva och neutral artiklar för 2020 och 2019.

**Annonsvärde:** Då datan för den kvantitativa analysen inkluderar samtliga artiklar där tobak, eller ord relaterade till tobaksindustrin, omnämns så har ett lägre mediekvalitetsvärde används vid uträkningen för annonsvärdet jämfört med den kvalitativa analysen. För den kvantitativa analysen har mediekvalitetsvärdet (0.5) använts. Se appendix på sid. 22 för hela formeln.

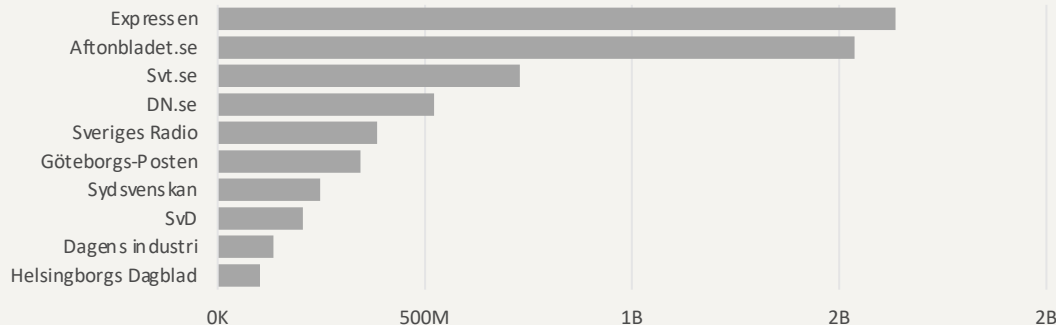


# Toppublikationer och Mediatyp

Antal artiklar



Räckvidd



Stapelndiagrammen visar de publikationer som har publicerat flest artiklar under första halvåret 2020, samt vilka publikationer som har uppnått den högsta ackumulerade potentiella räckvidden.

Sett till antal publicerade artiklar så hamnar Aftonbladet på första plats med 226 publicerade artiklar. Gällande räckvidd är det däremot Expressen, som hamnar på topp, med högst potentiell räckvidd.



Aftonbladet  
29 mar



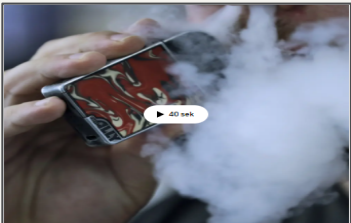
Expressen  
25 feb

# Ordmoln



Ordmolnet visar de ord som förekommit oftast i samband med de artiklar som har omnämnt tobak, eller ord som är kopplade till tobaksindustrin i titeln eller ingressen.

Ordet "barn" har omnämnts i 59 stycken av de artiklar som omnämmer tobak i titeln eller ingress. Det omvandlas till 9 procent av det totala antalet 660 artiklarna.



Om du vill få mer information om e-cigaretter, klicka på bilden.  
**E-cigarett förändrar din bakteriefloa**

**Studie**



**Rökning under graviditeten ökar risken för frakturer hos spädbarn**

**Barn**

# Toppartiklar | Social Echo

## Forskarnas teori: Svenskt snus skyddar mot corona

SIVINDNINGEN AV CORONAVIRUSET | Publicerad 27 maj 2020 kl 08:24



- Expressen
- Facebook: 48 675
- Twitter: 48

Coronautbrottet

## Studie: Rökning bakom hög corona-dödlighet

Av Jonathan Jeppsson

Publicerad: TOR 19 MÅR 2020

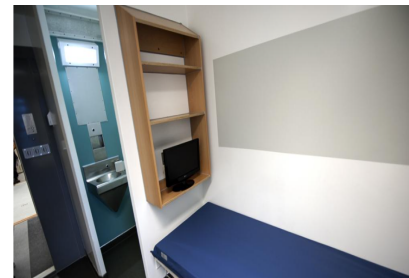
NYHETER

Rökning är en av orsakerna till att insjuknade blivit svårt sjuka eller dött av corona-viruset.

En studie gjord på 78 patienter i Kina talar för detta.  
– Rökare eller före detta rökare visade 14 gånger större sannolikhet till försämrat tillstånd eller dödsfall, säger Mats Larsson, överläkare vid Örebro Universitetssjukhus.



- Aftonbladet
- Facebook: 15 021
- Twitter: 50



Det tar en dryg uppställning av könskamerat skulle erbjuda som kvinnorna öppnade att den som ökar könen då skapar tillstånd för att säga till.  
Bik Anders Holgers

## Häktet i Göteborg ger gratis snus och cigaretter till intagna

- Göteborgs-Posten
- Facebook: 9 904
- Twitter: 765

Artiklarna ovan är de artiklar, bland de artiklar som nämnt tobak i titel eller ingress, som fått störst uppmärksamhet i sociala medier.

Siffrorna för Facebook visar hur många reaktioner, kommentarer och delningar artikeln genererat medan Twitter-siffran visar antalet delningar.

# Exempelartiklar | Tobaksbolag

## Tobaksjättar beskylls för jordanskt bolmande

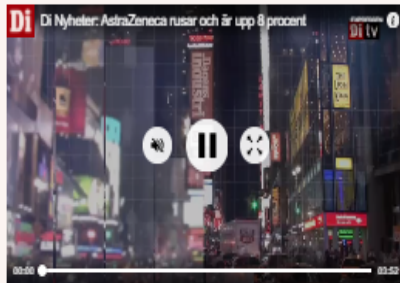
Av: 11

PUBLICERAD LÖR 27 JUN 2019



- **Aftonbladet**
- Potentiell Räckvidd: 7,4 M
- Delningar Social: 0

## Tobaksjätte utreds för misstänkta sanktionsbrott



- **Dagens Industri**
- Potentiell Räckvidd: 1,6 M
- Delningar Social: 1

## Japanskt snus tar marknadsandelar i Sverige

Ekonomi

PUBLICERAD 2020-02-04



- **Dagens Nyheter**
- Potentiell Räckvidd: 3,3 M
- Delningar Social: 0

Ovan visas exempelartiklar där tobaksbolagen omnämns. Artiklarna visas för att illustrera hur tobaksbolagen har syns och hörts i redaktionella medier.



# Hur har tobak porträtterats i sociala medier?

---

1 jan – 30 jun 2020

# Nyckeltal

## Metod & urval

Siffrorna för delen av rapporten som berör sociala medier är hämtade från en generell sökning relaterat till tobak i media. Detta för att kunna ge en generell bild över hur mycket exponering tobak genererat i sociala medier.

Toppinläggen visar exempel på de inlägg som nådde ut till flest potentiella läsare under perioden. Notera att det går att klicka på inläggsurklippen för att komma till ursprungsinlägget.

## Nyckeltal

**51 900**  
(52 400)  
**Antal inlägg**

**137 M**  
(191 M)  
**Räckvidd**

**Twitter**  
(Twitter)  
**Dominerande kanal**

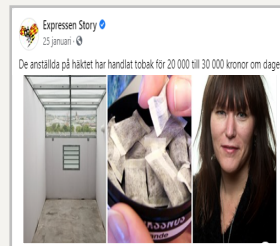
**1,1 M SEK**  
(1,1 M SEK)  
**Annonsvärde**  
(Baseras på positiva inlägg)

Totalt publicerades cirka 51 900 inlägg på sociala medier under perioden. Tillsammans hade inläggen en potentiell räckvidd på cirka 137 miljoner. Twitter var den kanal där flest inlägg återfanns. Nyckeltalen för H1 2019 står inom parantes.

Ordmolnet visar de ord som förekom oftast i samband med inlägg som relaterat till tobak under perioden.



## Toppinlägg



@Expressenstory (FB)  
25 jan  
Räckvidd: 544 000



@Expressenstory (FB)  
24 feb  
Räckvidd: 544 000



@Expressenstory (FB)  
15 apr  
Räckvidd: 544 000

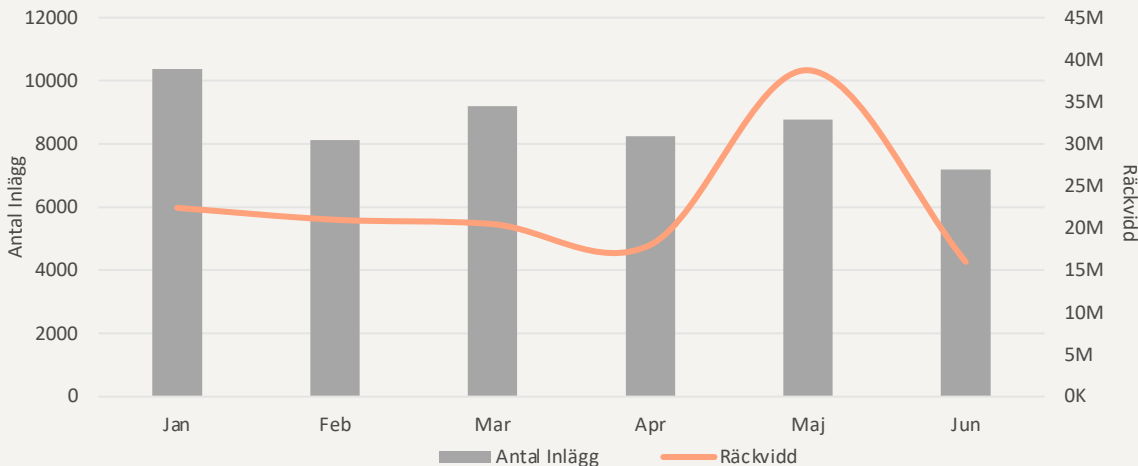
# Inläggsöversikt

**Dagens Nyheter Facebook**  
**DN Livsstil**  
 Innehållare: "Förbud godismask för tobak för att skydda barn"  
 @dagensnyheter  
 24 jan  
 Räckvidd: 233 000

**Aftonbladet Facebook**  
 Utgåva: 19 mar  
 Räckvidd: 443 000

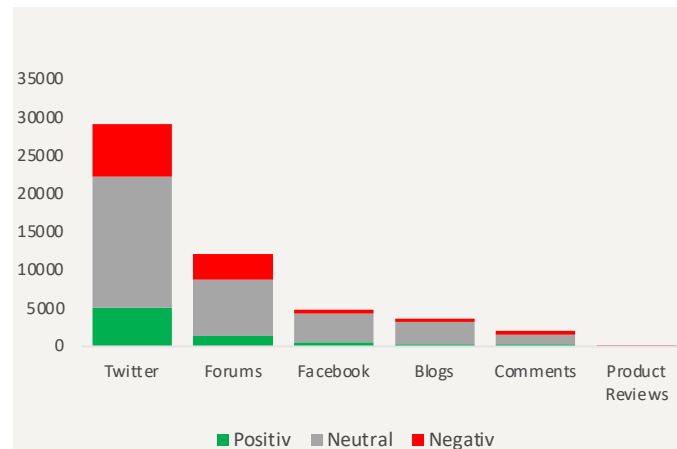
**Digitalhalsan Facebook**  
 Utgåva: 30 apr  
 Räckvidd: 986 000

**Dagens Nyheter Twitter**  
 Utgåva: 27 maj  
 Räckvidd: 226 000



Diagrammet visa exponeringen sett till volym och räckvidd uppdelat efter månad. Exempelinläggen är inlägg med högräckvidd som fått stor exponering under respektive månad. Anledningen till den höga räckvidden under maj berodde på att en sociala medie-användare publicerade en kritisk kommentar gällande en Livs & Tobaks utlämningstjänst på DHLs Facebook-sida.

Stapeldiagrammet ned visar i vilken kanal där det har publicerats flest inlägg och även inläggens tonalitet inom respektive kanal.



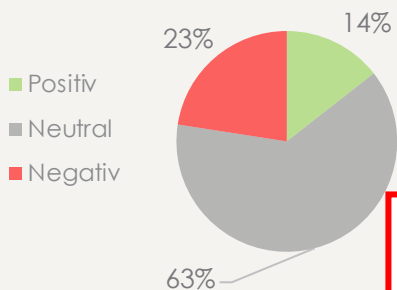


# Tonalitetsanalys

## Tonalitet 2020

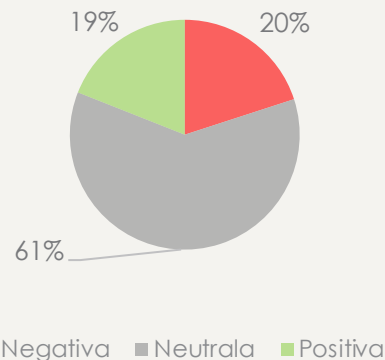
Inläggens tonalitet har fastställts automatiskt.

Tonalitet	Antal inlägg	Räckvidd
Positiv	7 492	16 M
Neutral	32 693	99 M
Negativ	11 700	22 M



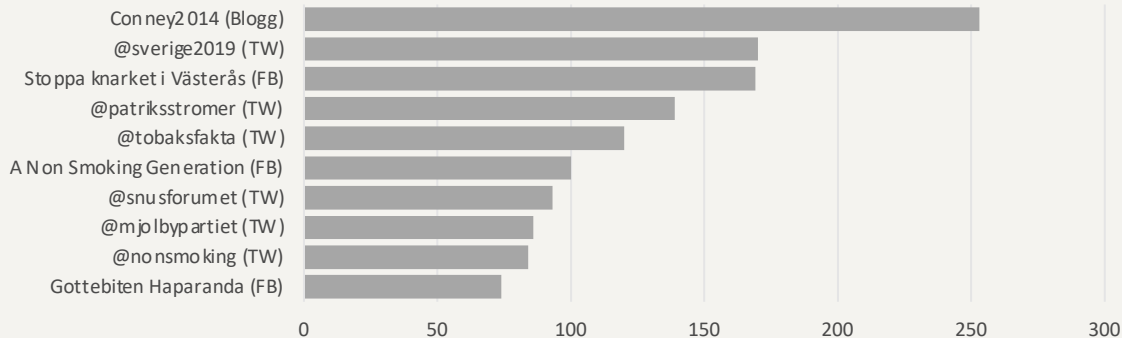
## Tonalitet 2019

Tonalitet	Antal inlägg	Räckvidd
Positiv	9 697	16 M
Neutral	31 944	149 M
Negativ	10 613	26 M

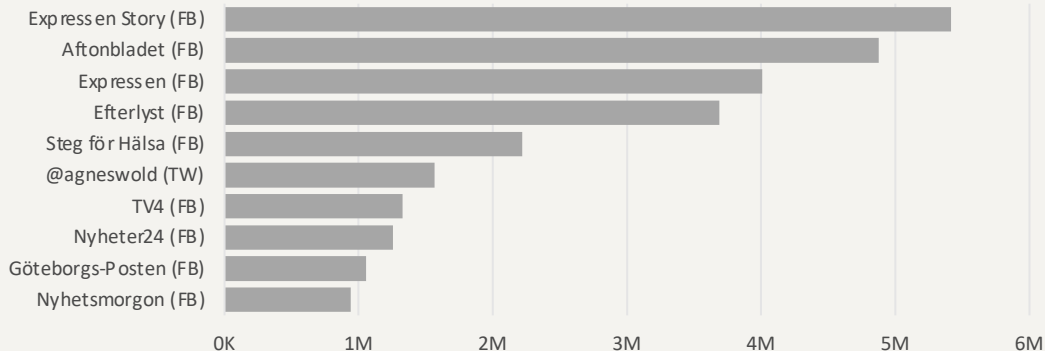


# Toppkonton

### Antal Inlägg



### Räckvidd



Stapeldiagrammen visar vilka konton som har publicerat flest inlägg samt vilka konton som har uppnått högst potentiella räckvidd under perioden.



@patriksstromer (TW)  
8 jun  
Räckvidd: 2 300



Expressen Story(FB)  
4 maj  
Räckvidd: 541 000



# Reklamsamarbeten

Influencers & produktmärken som  
tillverkas av tobaksföretag

---

# Översikt

## Introduktion

Syftet med denna analys är att ge en inblick i tre utvalda produktvarumärkens reklamsamarbeten med Instagram influencers i Sverige. Analysen har begränsats och endast reklamsamarbeten med produktvarumärkena Lyft, Nordics Spirit och Zyn presenteras i rapporten. Analysen har inte begränsats efter tidsperiod utan inkluderar samtliga inlägg som ingått i samarbetena.

## Nyckeltal

**65**

Antal inlägg

**110 000\***

Engagemang

**1.7 M**

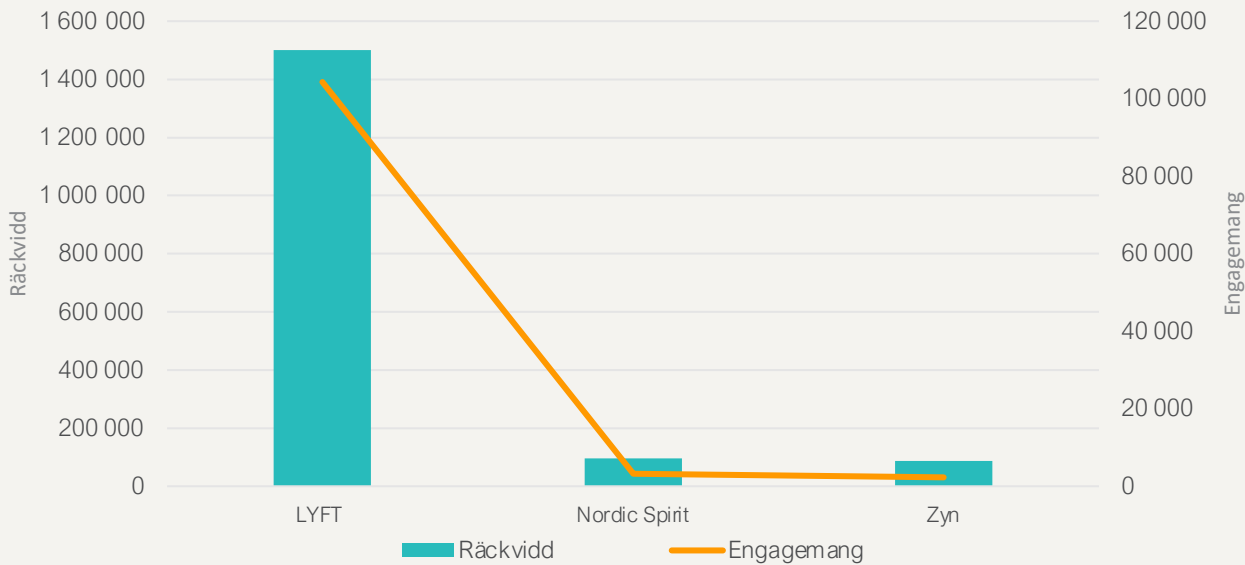
Räckvidd

**\$294 000**

**2,4 M SEK\***

EMV (Earned Media Value)

Stapeldiagrammet visar de utvalda produktvarumärkenas reklamsamarbeten med influencers i Sverige. Staplarna visar hur många potentiella läsare som har sett reklamsamarbetena på Instagram. Linjen visar inläggens engagemang.



\*Engagemang inkluderar likes och kommentarer.

\*EMV visar kampanjsamarbetenas annonsvärde.

\*Notera att valuta omvandlingen från USD till SEK gjordes enligt växelkursen den 18 dec 2020

# LYFT - Nyckeltal

## Introduktion

Syftet med denna kampanjanslys är att visa LYFTs reklamsamarbeten med influencers i Sverige på Instagram.

## Nyckeltal

**57**

Antal inlägg

**104 300\***

Engagemang

**1 500 000**

Räckvidd

**\$275 000**

**2,3 M SEK\***

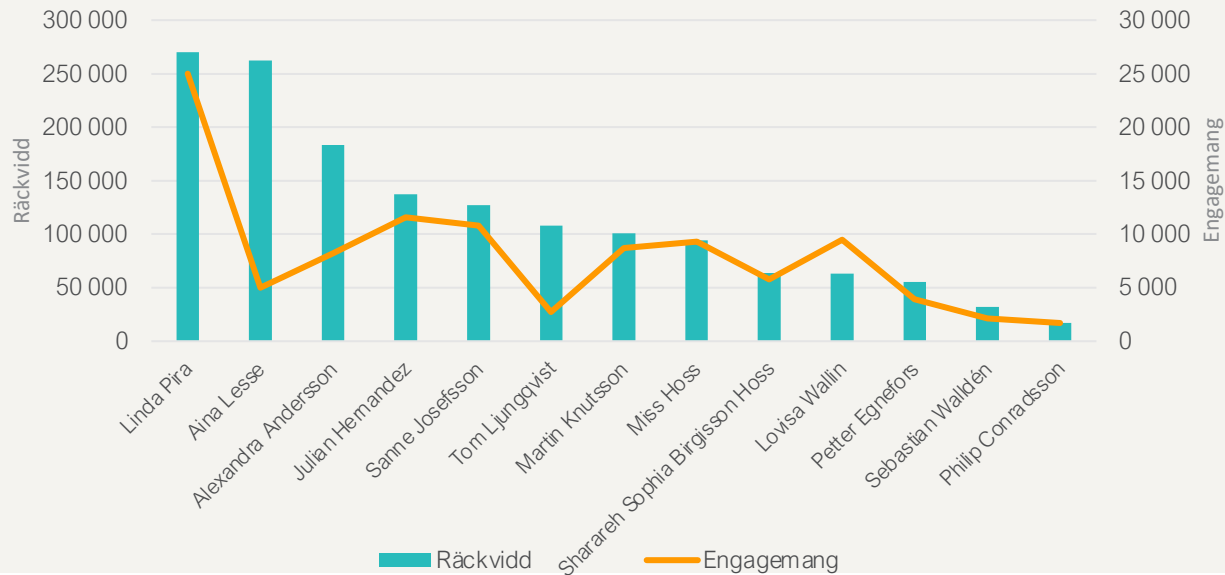
EMV (Earned Media Value)

\*Engagemang inkluderar likes och kommentarer.

\*EMV visar kampanjsamarbetenas annonsvärde.

\*Notera att valuta omvandlingen från USD till SEK gjordes enligt växelkursen den 18 dec 2020

Stapeldiagrammet visar influencers i Sverige på Instagram som har gjort reklamsamarbeten med LYFT. Staplarna visar antalet visningar av influencersnas kampanjinlägg. Linjen visar engagemanget som influencersnas kampanjinlägg har genererat.



# LYFT – Sammanfattning

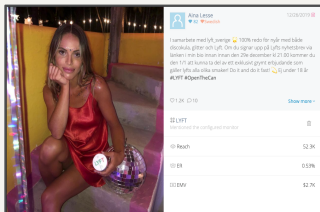
## Sammanfattning

Tabellen visar antalet kampanjinlägg per influencer. Vidare visar tabellen engagemang som inläggen har genererat. Räckvidden visar inläggens potentiella läsare. EMV (Earned Media Value) visar det estimerade annonsvärdet per kampanjsamarbete.

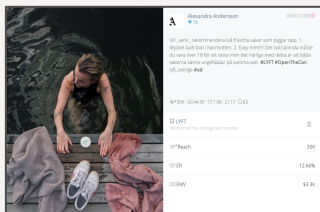
Influencer	Antal inlägg	Engagemang	Räckvidd	EMV*
Miss Hoss	9	9 300	94 400	\$18 100 150 K SEK
Alexandra Andersson	9	8 200	183 100	\$51 800 428 K SEK
Linda Pira	6	25 000	270 100	\$71 300 589 K SEK
Julian Hernandez	6	11 600	137 300	\$21 500 178 K SEK
Martin Knutsson	6	8 700	100 700	\$17 200 142 K SEK
Sebastian Walldén	5	2 100	32 000	\$20 400 169 K SEK
Aina Lesse	5	5 000	262 000	\$14 200 117 K SEK
Sharareh Sophia Birgisson Hoss	4	5 800	63 900	\$13 900 115 K SEK
Lovisa Wallin	2	9 500	62 900	\$14 100 116 K SEK
Sanne Josefsson	2	10 800	127 200	14 500 120 K SEK
Tom Ljungqvist	1	2 700	107 900	\$5 700 47 K SEK
Petter Egnefors	1	3 900	55 200	\$9 200 76 K SEK
Philip Conradsson	1	1 700	16 700	\$3 300 27 K SEK
<b>Totalt:</b>	<b>57</b>	<b>104 300</b>	<b>1,5 M</b>	<b>\$275 K 2,3 M SEK</b>

\*Notera att valuta omvandlingen från USD till SEK gjordes enligt växelkursen den 18 dec 2020

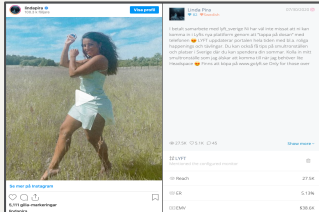
# LYFT – Toppinlägg



**Aina Lesse**  
26 dec 2019  
Kommentarer: 1  
Reaktioner: 1 200  
Räckvidd: 52 300



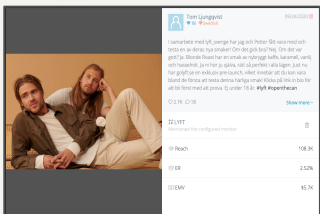
**Alexandra Andersson**  
1 jun 2020  
Kommentarer: 17  
Reaktioner: 1 900  
Räckvidd: 35 000



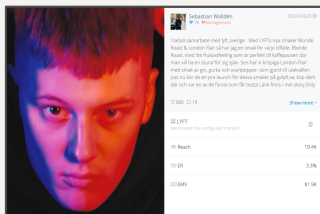
**Linda Pira**  
30 jul 2020  
Kommentarer: 45  
Reaktioner: 5 100  
Räckvidd: 27 500



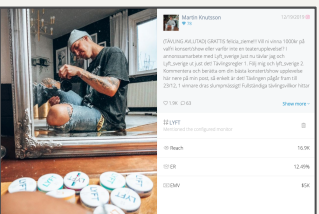
**Julian Hernandez**  
12 aug 2020  
Kommentarer: 31  
Reaktioner: 2 700  
Räckvidd: 22 900



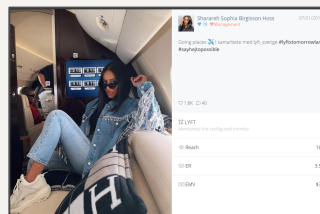
**Tom Ljunqvist**  
24 sep 2020  
Kommentarer: 18  
Reaktioner: 2 700  
Räckvidd: 103 000



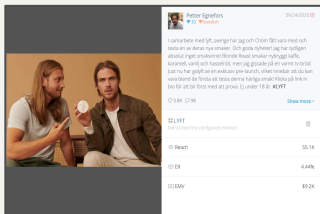
**Sebastian Wallén**  
24 sep 2020  
Kommentarer: 19  
Reaktioner: 660  
Räckvidd: 19 400



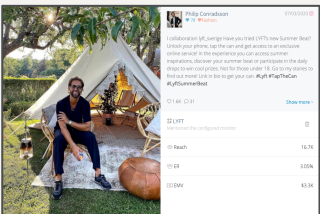
**Marlin Knutsson**  
19 dec 2019  
Kommentarer: 63  
Reaktioner: 1 900  
Räckvidd: 16 900



**Sharareh Sophia Birgisson Hoss**  
21 jul 2019  
Kommentarer: 40  
Reaktioner: 1 800  
Räckvidd: 16 100



**Petter Egnefors**  
24 sep 2020  
Kommentarer: 98  
Reaktioner: 3 800  
Räckvidd: 55 100



**Philip Conradsson**  
3 jul 2020  
Kommentarer: 31  
Reaktioner: 1 600  
Räckvidd: 16 700



**Miss Hoss**  
2 nov 2019  
Kommentarer: 33  
Reaktioner: 2 000



**Sanne Josefsson**  
1 jul 2019  
Kommentarer: 22  
Reaktioner: 5 700

# Nordic Spirit - Nyckeltal

## Introduktion

Syftet med denna kampanjanslys är att visa Nordic Spirits reklamsamarbeten med influencers i Sverige på Instagram. Nyckeltalen nedan visar det sammanslagna resultatet från samtliga kampanjsamarbeten.

## Nyckeltal

**6**

Antal inlägg

**3 300\***

Engagemang

**94 800**

Räckvidd

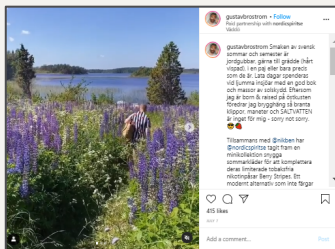
**\$10 600**  
**88 K SEK\***

EMV (Earned Media Value)

\*Engagemang inkluderar likes och kommentarer.

\*EMV visar kampanjsamarbetenas annonsvärde.

\*Notera att valuta omvandlingen från USD till SEK gjordes enligt växelkursen den 18 dec 2020



**Gustav Broström**  
7 jul 2020  
Kommentarer: 19  
Reaktioner: 415



**Amanda Schulman**  
28 okt 2020  
Kommentarer: 39  
Reaktioner: 1 600  
Räckvidd: 56 200



**Hanna Widell**  
4 nov 2020  
Kommentarer: 14  
Reaktioner: 469  
Räckvidd: 19 800



**Emelie Horst**  
9 jul 2020  
Kommentarer: 3  
Reaktioner: 169  
Räckvidd: 2 500

Influencer	Antal inlägg	Engagemang	Räckvidd	EMV*
Gustav Broström	3	1 000	16 200	\$4 300 36 K SEK
Amanda Schulman	1	1 700	56 200	\$4 500 37 K SEK
Hanna Widell	1	483	19 800	\$1 500 12 K SEK
Emelie Horst	1	172	2 500	\$348 2,9 K SEK



# ZYN - Nyckeltal

## Introduktion

Syftet med denna kampanjanslys är att visa ZYNs reklamsamarbeten med influencers i Sverige på Instagram. Nyckeltalen nedan visar det sammanslagna resultatet från samtliga kampanjsamarbeten.

## Nyckeltal

**2**

**Antal inlägg**

**2 300\***

**Engagemang**

**87 700**

**Räckvidd**

**\$8 100**

**67 K SEK\***

**EMV (Earned Media Value)**

Influencer	Antal inlägg	Engagemang	Räckvidd	EMV*
Calle Schulman	1	1 200	83 000	\$4 300 36 K SEK
Följ oss på Youtube	1	1 100	4 800	\$3 700 31 K SEK



**Följ oss på Youtube**  
27 okt 2020  
Kommentarer: 60  
Reaktioner: 1000  
Räckvidd: 4 800



**Calle Schulman**  
10 jan 2020  
Kommentarer: 60  
Reaktioner: 1 200  
Räckvidd: 83 000

\*Engagemang inkluderar likes och kommentarer.

\*EMV visar kampanjsamarbetenas annonsvärde.

\*Notera att valuta omvandlingen från USD till SEK gjordes enligt växelkursen den 18 dec 2020

# Appendix

Meltwaters medieanalysarbete utgörs av utbildade analytiker som arbetar efter fasta metoder för att säkerhetsställa strukturerade och replikerbara medieanalyser. Arbetet utgår från Meltwaters tjänster som möjliggör analys av indexerad data. Plattformen gör det möjligt att kategoriskt gruppera och organisera artiklar och innehåll efter önskade premisser som sedan kan presenteras i exempelvis grafer, tabeller eller Ordmoln. Informationsinhämtningen gör det även möjligt att utläsa trender över tid och vilken geografisk spridning exponering har haft, även bakåt i tiden.

Datan är insamlad genom fördefinierade sökningar med hjälp av Meltwaters mjukvara som bevakar och analyserar över 250 000 globala online källor samt över 240 miljoner sociala medie-källor. Räckvidds data för redaktionella medier erhålls av SimilarWeb. Räckvidden presenteras som bruttoräckvidd, vilket innebär en sammanslagen räckvidd för samtliga artiklar där en och samma läsare kan räknas flera gånger. Varje artikels räckvidd baseras på publikationens unika läsare per månad. För att få fram det urval som legat till grund för analysen så har Meltwaters plattform för online mediebevakning använts. Sett till den övergripande medieexponeringen har följande söksträng använts:

**Kvantitativ sökning:** (tobak\* OR rökning OR röka OR cigarett\* OR snus OR snusa)

**Kvalitativ sökning:** (title:tobak\* OR title:rökning OR title:röka OR title:cigarett\* OR title:snus OR title:snusa) NOT greps NOT rån NOT brott NOT stulna NOT stal NOT stals NOT hotfull NOT olovlig NOT hot NOT arg NOT rånförsök NOT inbrott\* NOT tull\* NOT bestulen\* NOT illegal\* NOT smugg\* NOT cannabis

**Annonsvärde definieras som:** Annonsvärdet anger en estimerad annonseringskostnad som exponeringen har genererat.

**Formel för annonsvärde kvalitativ del:** räckvidd x mediekvaliten (1)x Cost Per 1000 views **M** (.18)

**Formel för annonsvärde kvantitativ del:** räckvidd x mediekvaliten (0.5)x Cost Per 1000 views **M** (.18) Detta år har vi viktat in de kvalitativa artiklarna i formeln då de uppkommer i datan för den kvantitativa delen.

EMV (Earned Media Value): EMV anger ett estimerat värde som exponeringen i kampanjsamarbetena har genererat. EMV har tillhandahållits från Klear. Klear har analyserat över 2 500 influenser från de ledande sociala kanalerna och tagit fram "Klear Influencer Marketing Rate Card", vilket ligger till grund för EMV. "Klear Influencer Marketing Rate Card" baserar det monetära värdet utifrån plattform, typ av inlägg och influenser typ.