

Medieanalyse

Indhold:

Presseomtale (side 1)

Sociale medier (side 2)

Webtrafik (side 6)

Rektoratets Nyhedsbrev (side 7)

Presseomtale



Nøgletal i pressen	Total omtale	Rækkevidde ¹	Positiv omtale	Neutral omtale	Negativ omtale	Visibility Score ²
Juli	368	61,24 M	70%	29%	1%	28%
August	434	75,90 M	84%	16%	0%	27%
September	556	107,5 M	60%	40%	0%	28%
Oktober	577	93,27 M	71%	27%	2%	25%

Fokusområde	Total omtale	Positiv omtale	Neutral omtale	Negativ omtale	Visibility Score
Forskning	469	77%	23%	0%	27%
Universitetspolitik	26	15%	62%	23%	5%
Andet	51	51%	49%	0%	22%
Studieliv	3	100%	0%	0%	46%
Uddannelse	22	54%	21%	25%	5%
Total	577	71%	27%	2%	25%

Omtalerne af SDU i redaktionelle medier fordeler sig således: 61,5 % kommer fra webmedier, 27,2 % fra printmedier, og de resterende 11, % er fra broadcast. De fleste artikler/indslag kommer denne måned fra Fyens.dk med 71 og TV2 News med 60.

De positive tal for kategorien 'Studieliv' skyldes Fyens Stiftstidendes foromtale af universitetets årsfest. Den negative omtale i kategorien 'Uddannelse' vedrører debatten om færdighedstræning på medicinstudiet.

Månedens mest citerede forskere er for 2. måned i træk Frederik Waage (SAMF) og Ulrik Kjær (SAMF).

SDU i pressen - Highlights:

Syddansk Universitet vil opføre et iværksætterhus til 120 millioner
 Medie: Fyens Stiftstidende (4/10)
 Visibility score: 100%

SDU styrket med 653 millioner
 Medie: Fyens Stiftstidende (23/10)
 Visibility score: 100%

Her er forswarets store satsning på droner

Medie: Politiken (13/10)
 Visibility score: 75%

¹ Den officielle definition på læsertal også kaldet rækkevidde: "Udgøres af de potentielle læsere, lyttere og seere, som analyseobjektet er blevet eksponeret for. Hvert medies rækkevidde udregnes og baseres på officielle statistikker og bliver opdateret kontinuerligt". M = millioner.

² Visibility Score er en variabel, der viser kvaliteten af analyseobjektets synlighed i hver redaktionel medieomtale og angives som en procentsats på en skala fra -100% til +100%. Scoren udtrykker sandsynligheden for, at en given artikel er blevet læst, og at læseren herefter kan huske analyseobjektet. (Kilde: Retriever)

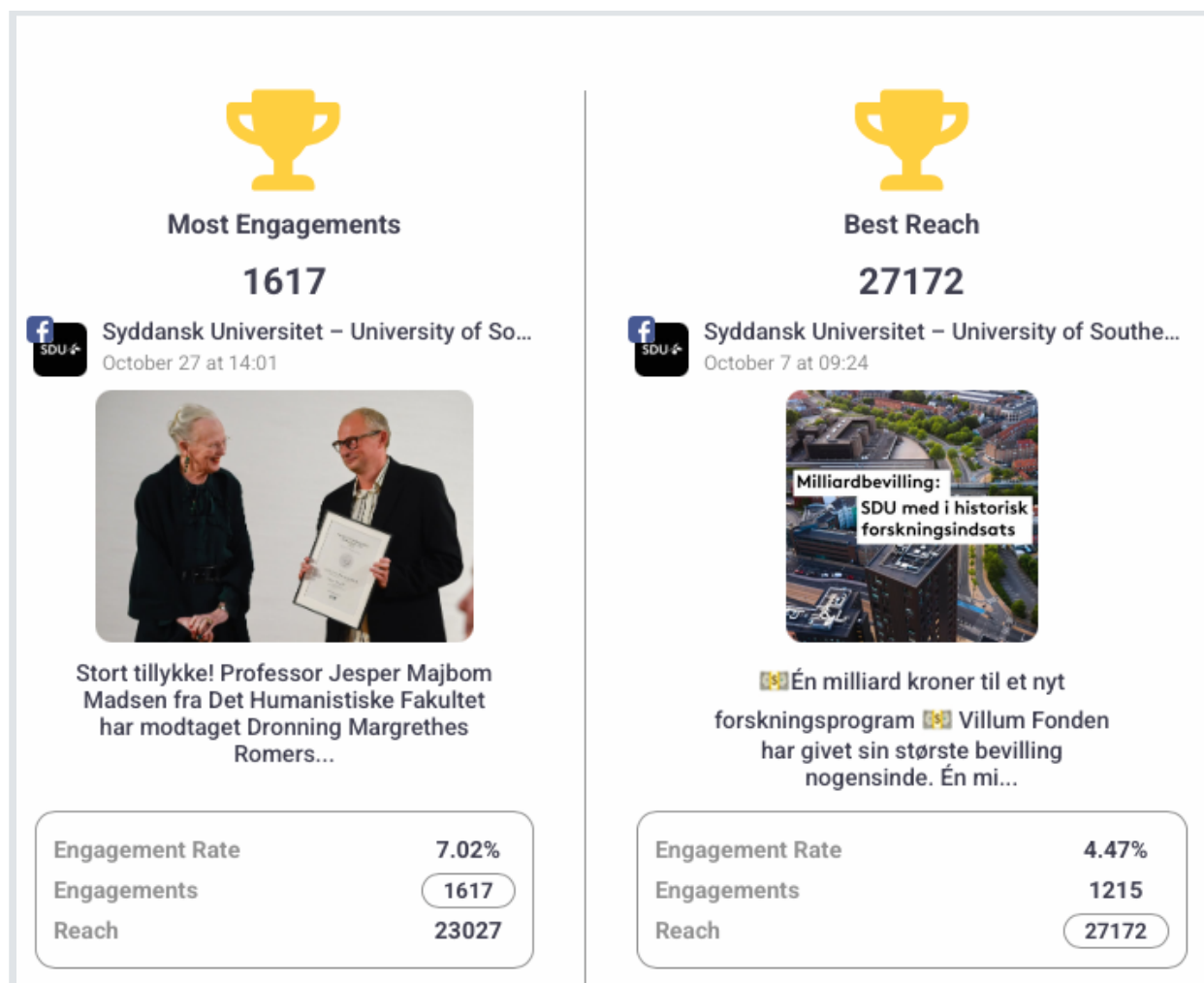
Medieanalyse

SDU på sociale medier

Facebook³

Facebook: Syddansk Universitet	Linkclicks	Visninger	Reach ⁴	Engagement (Likes, kommentarer og delinger)	Engagement-rate ⁵
Juli	19.848	327.428	253.406	719	0,28 %
August	34.828	595.239	427.548	1.232	0,28%
September	119	2.802	2.301	323	14,03%
Oktober	5.379	169.114	119.794	680	4,2%

Highlight:



³ SDU råder over ca. 50 forskellige Facebook-sider. Nærværende statistik dækker udelukkende SDU's hovedside 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark', som pr. 31/10 har 66.125 følgere (september: 66.048)

⁴ Antal unikke brugere som har set opslaget.

⁵ Engagementrate defineres som den procentvise del af de mennesker, som har været eksponeret for opslaget, som interagerer med det. Udregningsformlen er: '(Engagement / Reach) x 100'. Det store tal omfatter udelukkende egne native content/vægopslag, mens det lave tal inkluderer darkposts/annoncer. Den Engagement rate-benchmark for højere læreanstalter er 0,15% (kilde: RivalIQ's 2022-rapport).

Medieanalyse



Instagram⁶

Instagram: Syddansk_Universitet	Visninger (opslag)	Visninger (reels)	Visninger (stories)	Taps forward ⁷ (stories)	Reach	Engagement (opslag + reels)	Engage- ment Rate ⁸ (opslag + reels)
Juli	56.802	28.657	87.153	76.623	50.578	2.039	4%
August	158.140	54.922	176.641	151.025	69.263	3.770	5%
September	318.793	133.286	118.656	91.574	110.678	4.460	4%
Oktober	168.201	68.447	254.156	221.391	81.087	2.888	3%

Highlight:



Most Engagements

875



syddansk_universitet

October 1 at 09:19



Takeover time. 🤖 Hej alle sammen. 🙌
Jeg hedder Faiza Abdulkadir. Jeg er
nyuddannet data scientist fra SDU og
fou...

Engagement Rate

Engagements

Reach

6.27%

875

13966

6 SDU's Instagram-profil 'Syddansk_Universitet' har pr. 31/10: 20.741 følgere (september: 20.482).
Instagram-profilen 'uni_in_denmark' har pr. 31/10: 4.559 følgere (september: 4.505).

7 Så mange gange, der trykkes videre for at se næste story

8 Målenhed for brugernes engagement i en given nyhed. Beregnes som det procentvise samlede engagement (clicks, kommentarer og likes) i forhold til visninger. Engagement Rate-benchmark for universiteter/højere læreanstalter på Instagram er 2,58 % (kilde Rival IQ's 2023 rapport. Det første tal er engagement rate inkl. darkpostannoncer, mens tallet i parentes er målt udelukkende på native/organisk.

Medieanalyse

Instagram: uni_in-denmark	Visninger (reels +stories)	Engagement (reels + storie)	Reach	Engagement Rate (reels + stories) ⁹
Juli	26.558	466	8.181	1,75%
August	82.887	950	12.350	1,14%
September	835.176	4.321	338.769	0,51 %
Oktober	861.705	4.664	381.706	0.54%

Highlight Insta International:

Pov: Autumn in Denmark
Visninger:22.250, Engagement: 860,
Engagement Rate: 3,86 %



9 Målenhed for brugernes engagement i en given nyhed. Beregnes som det procentvise samlede engagement (clicks, kommentarer og likes) i forhold til visninger. Engagement Rate-benchmark for universiteter/højere læreanstalter på Instagram er 2,58 % (kilde Rival IQ's 2023 rapport. Det første tal er engagement rate inkl. darkpostannoncer, mens tallet i parantes er målt udelukkende på native/organisk.

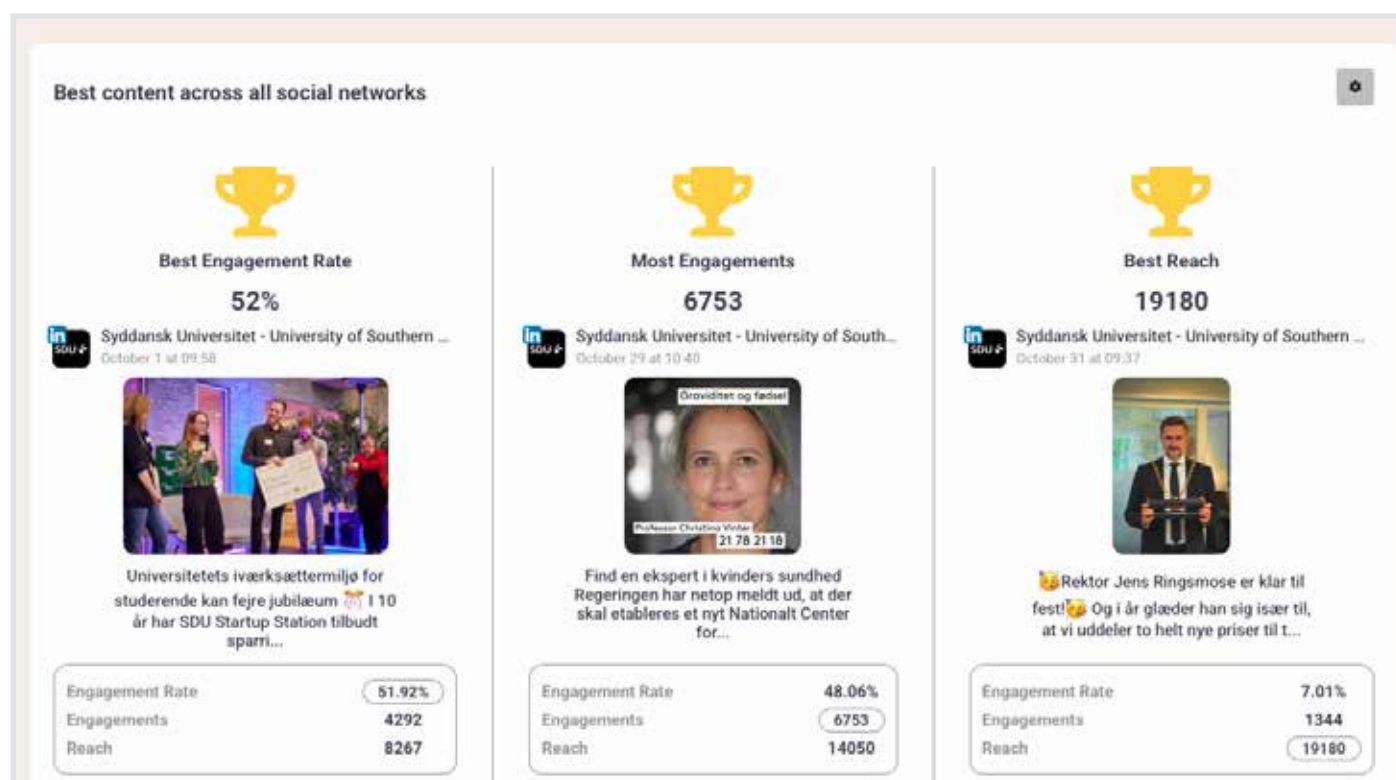
Medieanalyse



LinkedIn¹⁰

LinkedIn: University of Southern Denmark	Visninger	Clicks	Samlet engage- ment ¹¹	Engagement Rate ¹²	CTR (Click through rate) ¹³
Juli	134.167	41.694	42.655	32%	31,07%
August	147.326	14.833	16.614	11%	10,06%
September	117.482	6.947	8.020	6,8%	5,91%
Oktober	296.619	18.190	21.894	7,38 %	6,13%

LinkedIn highlight:



¹⁰ SDU's Linked In profil 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark' har pr. 31/10: 148.866 følgere (september: 147.853).

¹¹ Kommentarer, likes, clicks og delinger

¹² Det har ikke været muligt at finde benchmark for engagementrate for uddannelses- og forskningsinstitutioner på Linked In.

¹³ Målenhed for hvor mange gange brugerne klikker på et givent opslag. Beregnes som den procentvise klikrate) i forhold til visninger. Det har ikke været muligt at finde benchmark for CTR for uddannelses- og forskningsinstitutioner på Linked In.

Medieanalyse

Webtrafik¹⁴



SDU.dk	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg ¹⁵
Juli	421.160	1.154.175	303.871
August	460.816	1.310.269	294.861
September	545.747	1.432.054	354.116
Oktober*	763.628	1.597.315	555.036

*De reelt høje besøgstal skyldes især trafik fra 'Danmark i Bevægelse'-kampagnesiden.

Månedens mest læste nyhed på SDU.dk

"Svar på kritik af færdighedstræning på medicinstudiet"

Besøg: 1.623

Sidevisninger: 1.781

Unikke besøgende: 1.366

MitSDU	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Juli	75.748	289.924	40.529
August	153.854	642.240	60.830
September	171.636	502.118	92.389
Oktober	146.858	418.341	83.218

Månedens mest populære nyhed på MitSDU:

"Winter admission 2026"

Besøg: 68

Sidevisninger: 84

Unikke besøgende: 58

SDUnet	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Juli	60.680	133.842	26.169
August	85.798	216.150	29.667
September	118.801	289.426	52.273
Oktober	92.824	222.820	38.461

Månedens mest læste nyhed på SDUnet:

"Åben Forskerdag 2025 - Det Sundhedsvidenskabelige Fakultet, SDU"

Besøg: 630

Sidevisninger: 723

Unikke besøgende: 372

¹⁴ På grund af cookiereglerne, kan Siteimprove kun vise statistik for besøgende der accepterer cookies.

¹⁵ Jf. tal fra Siteimprove. 'Besøg' defineres ved en række sideforespørgsler fra den samme, unikke besøgende med et tidsinterval på højst 30 minutter mellem hver sideforespørgsel. 'Sidevisning' fortæller hvor mange gange en side er blevet vist på websitet eller den valgte gruppe i den valgte periode. Alle sidevisninger tælles lige meget hvor mange gange en bruger besøger siden i den valgte periode.

'Unikke besøgende' dækker over det totale antal unikke besøgende inden for den valgte periode. Cookies er specifikt tilknyttet browser og enhed. Det betyder, at hvis en besøgende besøger dit website fra en anden browser eller enhed end tidligere, eller hvis den besøgende har slettet eller aldrig accepteret cookien, så vil denne besøgende opfattes som en ny, unik besøgende, også selvom det ikke er tilfældet. På grund af cookiereglerne, kan Siteimprove kun vise statistik for besøgende der accepterer cookies.

Medieanalyse

Rektoratets nyhedsbrev til medarbejdere ¹⁶



SDU-Nyhedsbrev	Click-rate ¹⁷	Open-rate ¹⁸
Juni	20,3%	40,8%
August	26,7%	43,3%
September*	17,7%	28,8%
Oktober	14,8%	65,9%

*De relativt lave tal for september skyldes endnu engang SDU IT's lidt for grundige spamfilter, som gjorde at en del medarbejdere aldrig modtog nyhedsbrevet i deres indbakke.

Mest læste:

"Den første LEGO Chair er fundet til SDU Vejle"

(312 clicks)

¹⁶ Benchmark på medarbejdernyhedsbrev af denne type er: openrate: 43,3% og clickrate: 16,1 %.

¹⁷ Gennemsnitlig clickrate for de forskellige indholdselementer i nyhedsbrevet

¹⁸ Den procentvise del af modtagere, som åbner nyhedsbrevet