

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
Juni	537	104,37 M	48%	52%	0%	27%
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%

Fokusområde	Total omtale	Positiv omtale	Neutral omtale	Negativ omtale	Visibility Score
Forskning	431	72%	98%	0%	29%
Universitetspolitik	68	3%	97%	0%	30%
Andet	27	22%	74%	4%	16%
Studieliv	6	46%	54%	0%	24%
Uddannelse	24	33%	67%	0%	24%
Total	556	60%	40%	0%	28%

Omtalerne af SDU i redaktionelle medier fordeler sig således: 58,8 % kommer fra webmedier, 28,7 % fra printmedier, og de resterende 12,5 % er fra broadcast. De fleste artikler kommer denne måned fra Fyens.dk med 53 og Fyens Amtsavis Online med 47, efterfulgt af Berlingske Online med 40 og Politiken Online med 39.

Antallet af SDU-omtaler topper 26/9, hvilket især skyldes historien om dronerne over Københavns Lufthavn. Ligeledes genererede udmeldingen om midlertidigt stop for optag af ikke EU-studerende betydelig medieomtale i perioden.

Månedens mest citerede forskere er Frederik Waage (SAMF) og Ulrik Kjær (SAMF).

SDU i pressen - Highlights:

Game of Drones

Medie: Weekendavisen (26/9)

Visibility score: 50%

Ny alarmerende undersøgelse viser dårligere trivsel hos fattige børn

Medie: Politiken (30/9)

Visibility score: 100%

Syddansk Universitet vil give afslag til udenlandske studerende

Medie: TV2 (28/9)

Visibility score: 60%

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
Juni	50.800	817.607	543.172	817	0,15% (1)
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%

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. 30/9 har 66.048 følgere (august: 65.929)

⁴ Antal unikke brugere som har set opslaget.

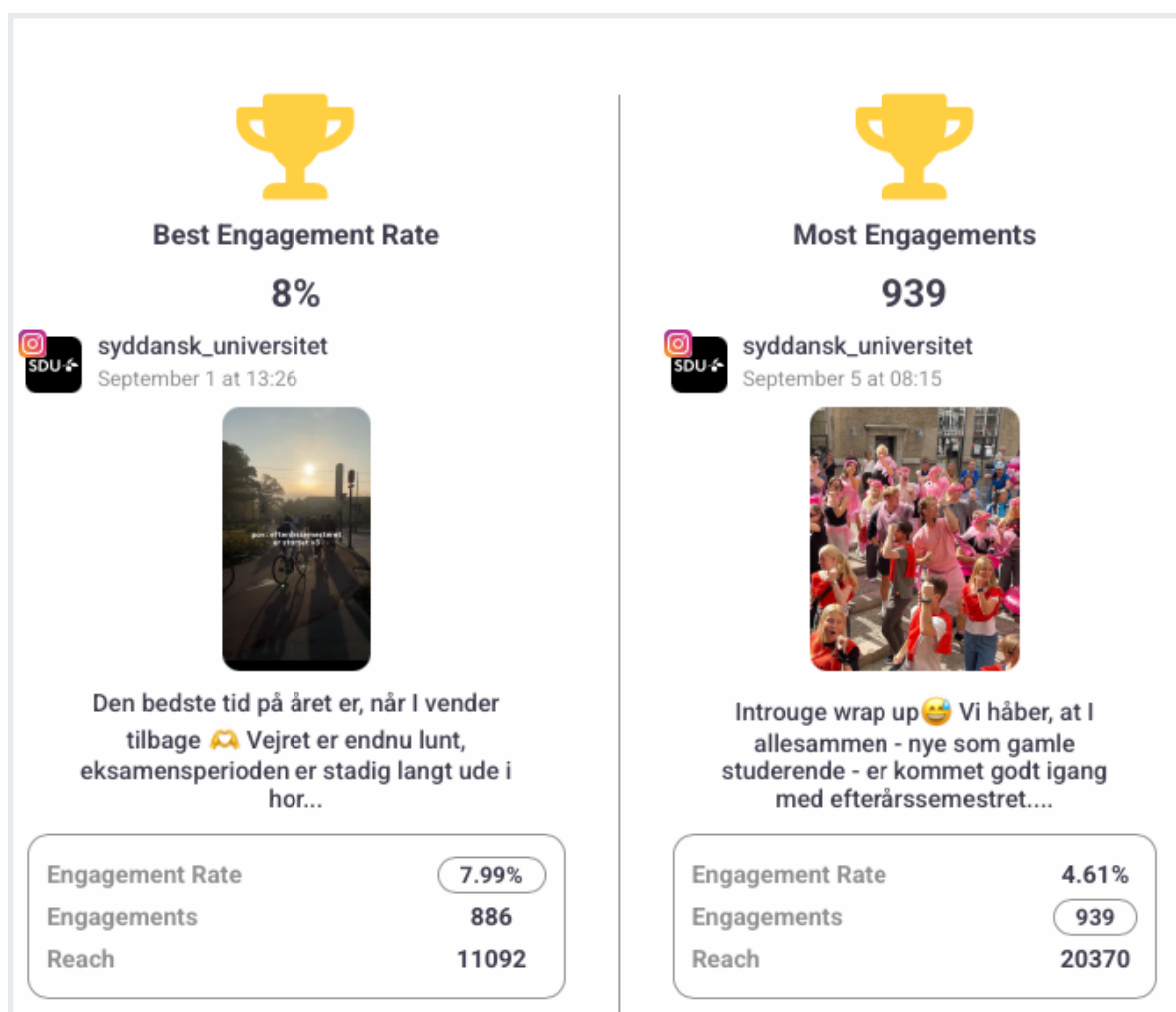
⁵ Engagementrate defineres som den procentvise del af de mennesker, som har været eksponeret for opslaget, som interagerer med det. Udregningsformlen er: $(\text{Engagement} / \text{Reach}) \times 100$. Det store tal omfatter udelukkende egne native content/vægopslag, mens det lave tal inkluderer darkposts/annoncer. 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)
Juni	29.531	97.104	28.638	21.608	88.671	2.453	3%
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%

Highlight:



⁶ SDU's Instagram-profil 'Syddansk_Universitet' har pr. 30/9: 20.482 følgere (august: 20.063).

Instagram-profilen 'uni_in_denmark' har pr. 30/9: 5.505 følgere (august 3.204).

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

⁸ Målenhed for brugernes engagement i en given nyhed. Beregnes som det procentvis 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
Juni	26.971	474	6.533	1,75%
Juli	26.558	466	8.181	1,75%
August	82.887	950	12.350	1,14%
September	835.176	4.321	338.769	1,93%

Highlight Insta International:

Being an international student and finding friends

Visninger: 31.676, Engagement: 639,
Engagement Rate: 2,01 %



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 parentes 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
Juni	115.407	6.044	7.749	10%	5,23%
Juli	134.167	41.694	42.655	32%	31,07%
August	147.326	14.833	16.614	18%	10,06%
September	117.482	6.947	8.020	14,64	16,9%

LinkedIn highlight:



Most Engagements

3567



SDU

Syddansk Universitet - University of Sou...
September 1 at 15:38



I dag mandag den 1. september
indviede vi bacheloruddannelsen i
psykologi i Esbjerg. 75 nye studerende
deltog i åbnin...

Engagement Rate

Engagements

Reach

34.45%

3567

10353

10 SDU's Linked In profil 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark' har pr. 30/9: 147.853 følgere (august: 146.372).

11 Kommentarer, likes, clicks og delinger

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

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

Medieanalyse

Webtrafik¹⁴



SDU.dk	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg ¹⁵
Juni	550.838	1.370.311	386.703
Juli	421.160	1.154.175	303.871
August	460.816	1.310.269	294.861
September	545.747	1.432.054	354.116

Månedens mest læste nyhed på SDU.dk

"Hvad vil det sige at være transkønnet?"

Besøg: 1.082

Sidevisninger: 1.138

Unikke besøgende: 982

Tilbagevendende besøgende: 38

MitSDU	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Juni	119.793	376.891	53.332
Juli	75.748	289.924	40.529
August	153.854	642.240	60.830
September	171.636	502.118	92.389

Månedens mest populære nyhed på MitSDU:

"Deltag i YERUN Hackathon 2025 – Hack the Future of Tutoring"

Besøg: 44

Sidevisninger: 53

Unikke besøgende: 40

SDUnet	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Juni	100.810	232.812	37.671
Juli	60.680	133.842	26.169
August	85.798	216.150	29.667
September	118.801	289.426	52.273

Månedens mest læste nyhed på SDUnet:

"Ny uddannelsesadministration med et godt arbejdsmiljø og tryk overgang"

Besøg: 1.280

Sidevisninger: 1.508

Unikke besøgende: 941

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
Maj	8,9%	23,4%
Juni	20,3%	40,8%
August	26,7%	43,3%
September*	17,7%	28,8%

*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:

"Rektors klumme: Tilstræbt normalitet midt i unormaliteten"

346 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