

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
Marts	395	87,64 M	43%	56%	1%	30%
April	386	71,81 M	58%	41%	0%	27%
Maj	471	76,92	22%	78%	0%	24%
Juni	499	82,21 M	49%	51%	0%	27%

Fokusområde	Total omtale	Positiv omtale	Neutral omtale	Negativ omtale	Visibility Score
Forskning	423	51%	49%	0%	27%
Universitetspolitik	15	80%	20%	0%	41%
Andet	5	20%	80%	0%	38%
Studieliv	41	22%	78%	0%	23%
Uddannelse	4	50%	50%	0%	24%
Bevillinger/donationer*	11	73%	27%	0%	36%
Total	499	49%	51%	0%	27%

*Nyt fokusområde for målinger pr. 1/6/26.

Omtalerne af SDU i redaktionelle medier fordeler sig således: 64,2 % kommer fra webmedier, 25,5 % fra printmedier, og de resterende 10,3 % er fra broadcast. De fleste artikler/indslag kommer fra Fyens.dk med 48. Største rækkevidde er for tredje måned i træk Danmarks Radio med 930.000.

Juni måned bød på årets foreløbigt højeste antal omtaler i pressen. For 2. måned i træk var årsagen især et meget højt antal forskningshistorier.

Juni bød i lighed med maj måned på rekordhøj Visibility Score og positiv omtale i kategorien 'Universitetspolitik'. Det skyldes dels dækningen af det kommende SDU Vejle, samt nyheden om 100 millioner kroner til strategisk forskning på SDU.

Mest citerede forsker er for 10. måned i træk Frederik Waage (SAMF) efterfulgt af Peter Krustrup (SUND).

SDU i pressen - Highlights:

Her er Vejles universitet

SDU satser 100 mio. på 'kritiske teknologier'

Medie: Børsen (17/6)

Visibility score: 75%

Maersk har lagt 90 mio. kroner: Fagfolk kan slet ikke få armene ned

Medie: Fyens Stiftstidende (19/6)

Visibility score: 75%

Klimaforskere slå alarm

Politiken (19/6)

Visibility score: 100%

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)

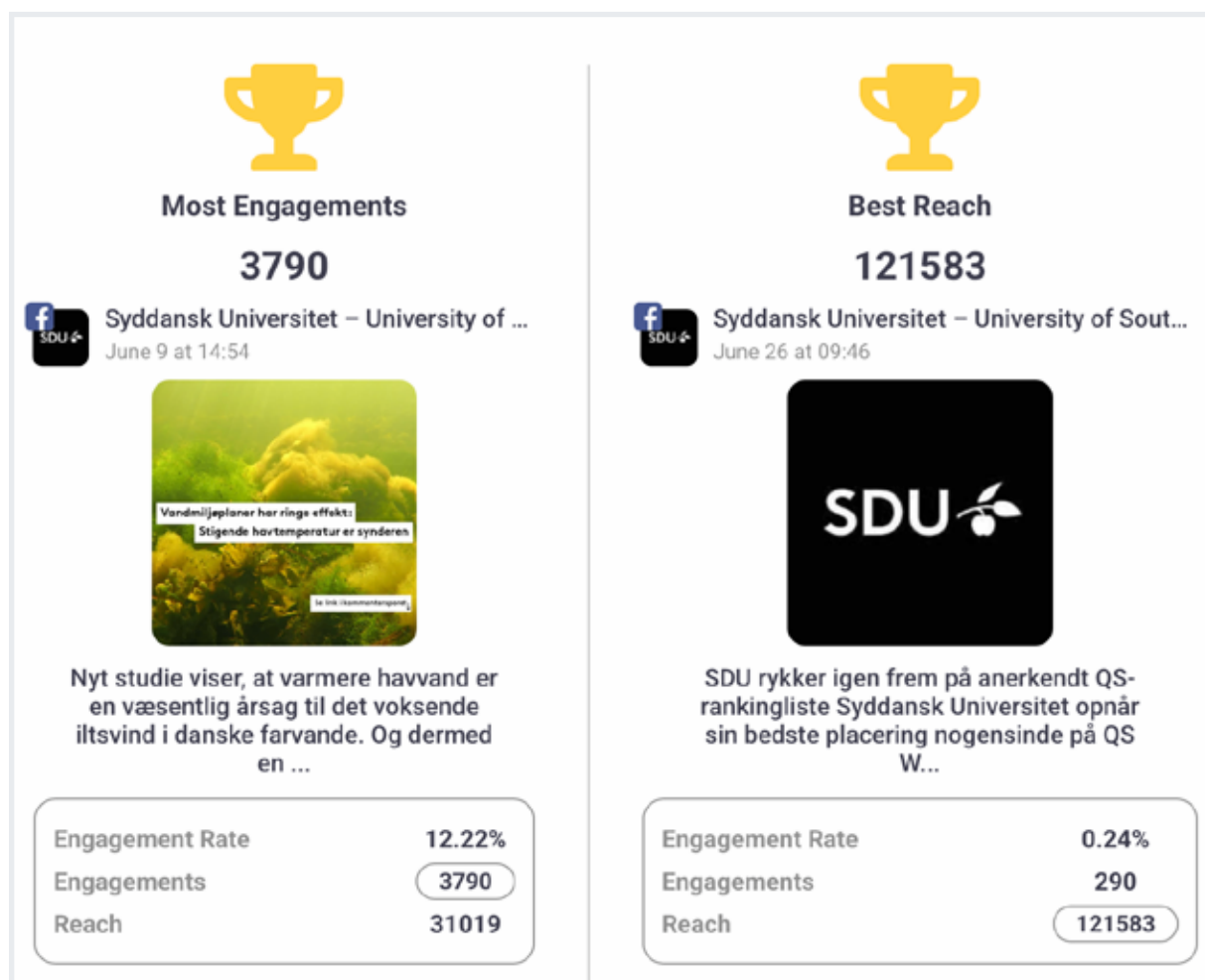
Medieanalyse

SDU på sociale medier

Facebook³

Facebook: Syddansk Universitet	Linkclicks	Visninger	Reach ⁴	Engagement (Likes, kommentarer og delinger)	Engagement-rate ⁵
Marts	47.589	715.798	701.688	50.611	7,2%
April	38.172	378.350	338.160	39.898	11,8%
Maj	42.338	661.118	620.903	43.618	5%
Juni	19.303	800.457	504.778	20.708	4,1%

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. 30/6 har 67.358 følgere (maj: 67.342)

⁴ Antal unikke brugere som har set opslaget.

⁵ Engagementrate defineres som den procentvisse 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)
Marts*	118.629	76.635	72.535	62.604	59.079	1.422	4%
April	72.229	83.582	44.190	32.072	76.164	2.103	3%
Maj	75.967	41.793	51.636	41.640	49.128	1.995	4%
Juni*	209.934	69.838	21.234	13.692	88.016	3.585	3%

*Visningstallene for marts og juni er typisk højere end resten af året, idet der i disse perioder køres intensiv kampagne for hhv. Kvote 2 og Kvote 1-optag.

Highlight:



Most Engagements

1239



syddansk_universitet

June 15 at 10:27



Det er blevet dén tid på året! 🌞🎓 I disse dage skinner solen på SDU – og på alle jer, der netop har afsluttet den S...

Engagement Rate

Engagements

Reach

8.90%

1239

13914

6 SDU's Instagram-profil 'Syddansk_Universitet' har pr. 30/6: 22.464 (maj 22.332). Instagram-profilen 'uni_in_denmark' har pr. 30/6: 4.995 følgere. (maj: 4.988)

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 parantes er målt udelukkende på native/organisk.

Medieanalyse

Instagram: uni_in-denmark	Visninger (reels + stories)	Engagement (reels + storie)	Reach	Engagement Rate (reels + stories) ⁹
Marts	60.834	1.145	13.767	1,88%
April	627.423	2.577	284.857	0,4%
Maj	295.426	2.746	82.550	0,92%
Juni	69.144	1.854	14.607	2,6%

Highlight Insta International:

So...did we actually make it abroad?

Visninger: 23.490, Engagement: 629,
Engagement Rate: 3,1%



⁹ Måleenhed 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 engagement ¹¹	Engagement Rate ¹²	CTR (Click through rate) ¹³
Marts	110.705	2.353	3.930	4%	2,15%
April	148.180	18.851	22.133	8%	12,75%
Maj	227.153	48.786	50.605	40%	21,47%
Juni	24.620	6.379	6.720	23%	26%

Highlight:



¹⁰ SDU's Linked In profil 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark' har pr. 30/6: 154.921 følgere (maj: 154.659)

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 klickrate 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
Marts	627.338	1.514.312	424.315
April	614.129	1.377.014	408.143
Maj	761.588	1.534.795	541.144
Juni	750.534	1.590.925	539.483

Månedens mest læste nyhed på SDU.dk

"Hvad sker der i kroppen, når du drikker alkohol?"

Besøg: 4.690

Sidevisninger: 4.935

Unikke besøgende: 4.584

MitSDU	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Marts	107.565	314.181	59.981
April	93.380	292.151	48.059
Maj	121.662	423.235	52.630
Juni	123.149	383.467	53.674

Månedens mest populære nyhed på MitSDU:

"Foreslå et citat til trappeanlægget ved SDU-søjlen"

Besøg: 158

Sidevisninger: 183

Unikke besøgende: 140

SDU.net	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Marts	86.925	227.622	30.911
April	87.412	215.685	36.774
Maj	85.533	212.415	33.921
Juni	93.042	228.037	39.560

Månedens mest læste nyhed på SDU.net:

"Nye regler om barns 3. sygedag træder i kraft"

Besøg: 887

Sidevisninger: 971

Unikke besøgende: 767

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
Marts	43,7%	72,2%
April	27,7%	58,7%
Maj	8,5%	55,4%
Juni*	3,8 %	47,7 %

*De relativt lave tal kan forklares med, at nyhedsbrevet blev sendt ud samme eftermiddag som Tinderbox åbnede, og mange studenter dimitterede. En del kolleger kan derfor have været optaget til anden side.

Til juni 2027 planlægges nyhedsbrevet udsendt lidt tidligere på måneden.

Mest kikkede på:

Rektors klumme:

Rektors klumme: En fokuseret tilgang til internationalt samarbejde (og endnu en flot rankingplacering):
81 klik

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