

Medieanalyse

Indhold:

Presseomtale (side 1)
Sociale medier (side 2)

Webtrafik (side 7)
Nyhedsbrev (side 8)

Presseomtale



Nøgletal i pressen	Total omtale	Positiv omtale	Neutral omtale	Negativ omtale	Visibility Score ¹
Januar	904	44%	56%	0%	25%
Februar	606	43%	56%	0%	23%
Marts	655	43%	57%	0%	23%
April	563	49%	50%	1%	24%

Fokusområde	Total omtale	Positiv omtale	Neutral omtale	Negativ omtale	Visibility Score
Forskning	402	61%	39%	0%	25%
Universitetspolitik	67	28%	66%	6%	20%
Andet	41	7%	93%	0%	20%
Studieliv	62	8%	72%	0%	20%
Uddannelse	17	6%	94%	0%	22%
Total	563	49%	50%	1%	24%

Aprils tophistorie, som SDU optræder i, er at finde under Forskning. Historien bringes i Politiken med overskriften "Regeringen vil stramme kravene til dumpning". Her er SDU i fokus som talsperson i form af Mogens Flindt, som udtaler sig i forbindelse med dumpning af slam ved Lillebælt og Køge Bugt. Historien opnår den stærkeste Visibility Score på 100 procent. Herefter optræder SDU i yderligere to historier med en stærk Visibility Score på 85 procent: "Bevægelsespark ved SDU i slæbegear" i Fyens Stiftstidende, som er placeret under Andet, samt "Kolding vil bruge en halv million ekstra til at få it-og ingeniøruddannelser til byen", som bringes i Jyske Vestkysten Kolding og hører under Universitetspolitik.

SDU i pressen - Highlights:

Regeringen vil stramme kravene til dumpning

Medie: Politiken
Publiceret: 30.04
Visibility Score: 100%

6 nye uddannelser på vej

Medie: TV Syd
Publiceret: 28.04
Visibility Score: 75%

Kolding får akademi for bæredygtighed

Medie: Jyske Vestkysten
Publiceret: 13.04
Visibility Score: 75%

¹ 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

FACEBOOK²

Facebook: Syddansk Universitet	Clicks i alt	Visninger	Reach ³	Engagement (Likes, kommentarer og delinger)	Engagement-rate ⁴
Januar	22.418	3.153.186	1.218.077	674	0,28 % (0,02% inkl. Darkposts)
Februar	58.027	5.966.480	2.041.595	1.610	0,25 % (0,03% inkl. Darkposts)
Marts	45.750	2.497.955	816.188	3.841	0,23 % (0,15% inkl. Darkposts)
April	40.695	656.991	336.041	1.180	0,18%

Highlights:

Hvad stemmer du 1. juni?

Forskerfilm om forsvarsforbeholdet

Opslagsvisninger: 75.078, Videovisninger: 27.586, Engagement: 377, Clicks: 8.268 (Linkclicks: 521)

Reach: 60.200, Engagement-rate: 0,5%

Er du nysgerrig efter at se, hvad der foregår i dissektionssalen på uni?

Promofilm for Forskningens Døgn

Opslagsvisninger: 83.354, Videovisninger: 5.321, Engagement: 167, Clicks: 3.079 (Linkclicks: 787)

Reach: 31.495, Engagement-rate: 0,2%

Statsminister og jura i Esbjerg 🤔

Billede-karrusel fra SDU Esbjerg

Opslagsvisninger: 22.888, Engagement: 96, Clicks: 2.684

Reach: 21.117, Engagement-rate: 0,42%

² SDU råder over ca. 50 forskellige Facebook-sider. Nærværende statistik dækker udelukkende SDU's hovedside 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark', som pr. 30/4 har 62.180 fans (marts: 62.098)

³ Antal unikke brugere som har set opslaget.

⁴ Engagementrate defineres som den procentvise del af de mennesker, som har været eksponeret for opslaget, som interagerer med det. Udregningsformlen er: 'Engagement x 100 / Visninger'. Det store tal omfatter udelukkende egne posts/native content, mens det lave tal inkluderer darkposts/annoncer. Engagement rate-benchmark for højere læreanstalter er 0,12% (kilde: RivalQ's 2019-rapport).

⁵ Videovisninger betegner det antal gange en bruger aktivt har set minimum 10 sekunder af filmen.

Medieanalyse

Konkurrentsammenligning – FACEBOOK⁶

	Samlet antal Syn	I forhold til sidste	Opslag i denne u	Interaktion i denne uge
Københavns Universite...	77K	▲100%	3	5.1K
Aarhus Universitet	74.7K	▲100%	6	15.3K
Syddansk Universitet – University of Southern Denmark	66.4K	▲100%	1	1.9K
Copenhagen Business ...	66.4K	▲100%	1	1.9K
Syddansk Universitet – ...	62.3K	▲100%	5	14.3K
Hold dig ajour med de sider, du ser. Få flere Synes godt om				
Aalborg Universitet	42.1K	▲100%	4	6K
Danmarks Tekniske Uni...	36.9K	▲100%	7	9K
IT-Universitetet i Køben...	13.1K	▲100%	2	7.4K
Roskilde Universitet – ...	12.7K	▲100%	0	284

Statistik 1 trukket 1/4 (SDU nr.2)

	Samlet antal Syn	I forhold til sidste	Opslag i denne u	Interaktion i denne uge
Københavns Universite...	77K	▲100%	2	3K
Aarhus Universitet	74.7K	▲100%	7	12.3K
Copenhagen Business ...	66.5K	▲100%	1	28K
Syddansk Universitet – ...	62.2K	▲100%	2	21.8K
Hold dig ajour med de sider, du ser. Få flere Synes godt om				
Aalborg Universitet	42.1K	▲100%	4	3.6K
Danmarks Tekniske Uni...	36.9K	▲100%	7	11.9K
IT-Universitetet i Køben...	13.1K	▲100%	2	7.3K
Roskilde Universitet – ...	12.7K	▲100%	5	1.3K

Statistik 2 trukket 8/4 (SDU nr.1)

	Samlet antal Syn	I forhold til sidste	Opslag i denne u	Interaktion i denne uge
Københavns Universite...	77K	▲100%	1	2K
Aarhus Universitet	74.8K	▲100%	8	26.1K
Copenhagen Business ...	66.5K	▲100%	2	4.3K
Syddansk Universitet – ...	62.3K	▲100%	2	13.1K
Hold dig ajour med de sider, du ser. Få flere Synes godt om				
Aalborg Universitet	42.1K	▲100%	3	622
Danmarks Tekniske Uni...	36.9K	▲100%	8	4.4K
IT-Universitetet i Køben...	13.1K	▲100%	4	5.8K
Roskilde Universitet – ...	12.7K	▲100%	4	5.3K

Statistik 3 trukket 22/4 (SDU nr.2)

Side		Samlet antal Syn	I forhold til sidste	Opslag i denne u	Interaktion i denne uge
1	Københavns Universite...	77K	▲100%	3	2.7K
2	Aarhus Universitet	74.8K	▲100%	9	39.8K
3	Copenhagen Business ...	66.5K	▲100%	2	1.4K
4	Syddansk Universitet – ...	62.3K	▲100%	3	11.1K
Hold dig ajour med de sider, du ser. Få flere Synes godt om					
5	Aalborg Universitet	42.1K	▲100%	9	2K
6	Danmarks Tekniske Uni...	36.9K	▲100%	10	15.2K
7	IT-Universitetet i Køben...	13.1K	▲100%	6	5.8K
8	Roskilde Universitet – R...	12.7K	▲100%	10	7.1K

Statistik 4 trukket 29/4 (SDU nr.3)

Månedens konkurrentmåling placerer SDU på en 2.plads efter Aarhus, som det universitet herhjemme med det højeste engagement blandt sine Facebook-følgere. Statistik trækkes kl. 12. hver fredag i måneden.

⁶ Facebooks konkurrentsammenligning inkluderer engagement, linkclicks og videovisninger.

Medieanalyse

Twitter⁷

Twitter: (@SyddanskUni)	Visninger	Linkclicks	Profile visits	Mentions	Engagement Rate ⁸
Januar	19.500	112	6.987	176	2,3%
Februar	9.500	44	6.421	187	1,4%
Marts	29.413	444	23.100	230	2,6%
April	104.000	224	14.500	351	1,9%

Highlights:

Tweets	Top Tweets	Tweets and replies	Promoted	Impressions	Engagements	Engagement rate
						
	Syddansk Universitet @SyddanskUni · Apr 20 Hvad stemmer du den 1. juni? Her fortæller @ingemann_anne 1) Hvad vi får ud af #forsvarsforbeholdet 2) Hvad vi går glip af og 3) Om vi skal være bekymrede for en overstatslig EU-hær Læs hele artiklen: sdu.dk/da/nyheder/for... Få mere ny viden: sdu.dk/nyhedsbrev #dkpol pic.twitter.com/p1MmQ8A0Te View Tweet activity			27,122	1,145	4.2%
	Syddansk Universitet @SyddanskUni · Apr 25 I lørdags var SDU Odense for en stund omdannet til den vildeste videnskabsfestival! 🥳 Over 2500 glade og nysgerrige gæster kiggede forbi til Forskningens Døgn. Her er et par højdepunkter fra dagen. Tak for denne gang og på gensyn næste år. #dkforsk #forskdk pic.twitter.com/NHnZurVQQ View Tweet activity			2,163	97	4.5%
	Syddansk Universitet @SyddanskUni · Apr 7 Forskere fra SDU skal udvikle et værktøj, der kan bruges til at identificere troværdig journalistik på sociale medier: sdu.dk/da/nyheder/for... #dkmedier #dkpol #smdk #FindEnForsker @SAMF_SDU pic.twitter.com/XDeNsAaXmA View Tweet activity			1,257	66	5.3%

⁷ SDU's Twitterkonto har pr. 30/4: 8.275 følgere (marts: 8.264)

⁸ Målenhed for brugernes engagement i en given nyhed. Beregnes som det procentvise samlede engagement (clicks, retweets og likes) i forhold til visninger. Engagement Rate-benchmark for universiteter/højere læreanstalter på Twitter er 0,079 % (kilde Rival IQ's 2019 rapport).

Medieanalyse

Instagram⁹

Instagram: Syddansk_Universitet	Visninger	Engagement Rate ¹⁰	Taps forward ¹¹ (stories)	Exit rate ¹² (stories)
Januar	47.989	4,82%	28.510	5,91%
Februar	556.070	3,48%	425.056	8,67%
Marts	301.756	4,33%	209.089	8,88%
April:	378.966	3,32%	277.435	7,7%

Highlights:

Opslag

Godmorgen, God mandag og take-over 🌞🥰

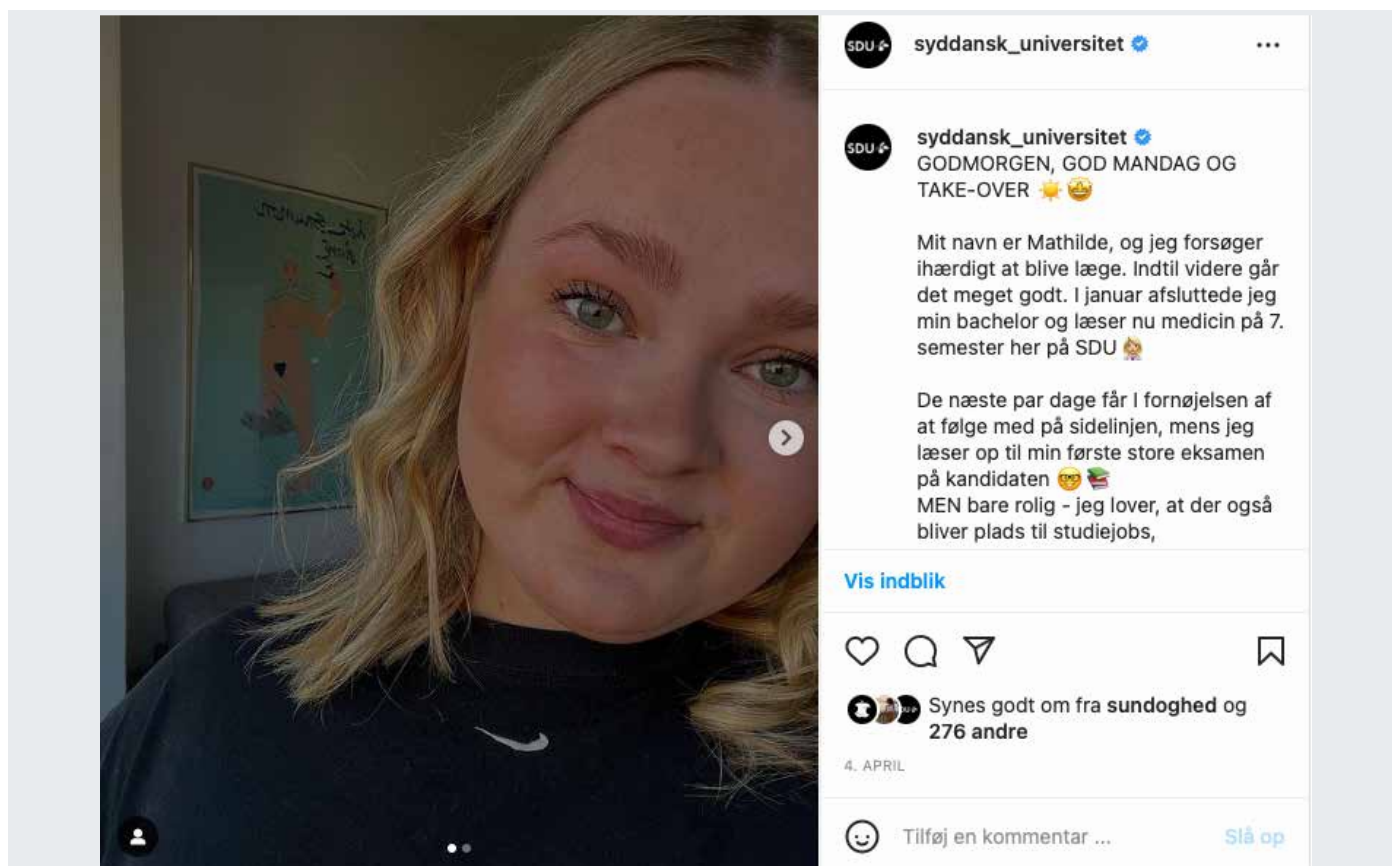
Visninger: 5.664, Reach: 4.588, Kommentarer og likes: 283, Engagement Rate: 5,01%

Stories

Den røde graf viser smertens stigning

(Forskningens Døgn-takeover)

Visninger: 2.600, Reach: 2.501, Taps forward: 2.475, Exit rate: 3,24 %



⁹ SDU's Instagram-profil 'Syddansk_Universitet' har pr. 30/4: 10.444 fans (marts: 10.306)

¹⁰ 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 3,96% (kilde Rival IQ's 2019 rapport)

¹¹ Så mange gange, der trykkes videre for at se næste story

¹² Procentdelen af brugere, der klikker ud af en story. (Jo lavere procentsats desto bedre)

Medieanalyse



LinkedIn¹³

LinkedIn: University of Southern Denmark	Visninger	Clicks	Kommentarer, likes og delinger	Engagement Rate ¹⁴
Januar	117.648	5.918	726	0,62%
Februar	144.172	2.038	1.272	0,88%
Marts	194.751	6.215	1.475	0,83%
April	132.475	4.172	1.400	1,06%

Månedens LinkedIn highlight:

-Samlet set har jeg lært så meget om at ytre mig på de sociale medier

Visninger: 57.647, Clicks: 2.001,
Kommentarer, likes og delinger: 882,
Engagement Rate: 3,47%

Syddansk Universitet - University of Southern Denmark 116,971 followers
3w · 🌐

-Samlet set har jeg lært så meget om at ytre mig på de sociale medier, at jeg føler det, som om jeg har taget en helt ny uddannelse. Det har været spændende

Læs mere om hvad professor [Christine Stabell Benn](#) mener, corona-krisen har betydet og forandret.

[See translation](#)

"Jeg er skuffet over den lille rolle, forskningen fik lov at spille"

sdu.dk · 4 min read

Susan Grønbech Kongpetsak and 780 others 55 comments · 45 shares

¹³ SDU's LinkedIn profil 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark' har pr. 30/04: 116.918 fans (marts: 116.299)

¹⁴ Måleenhed for brugernes engagement i en given nyhed. Beregnes som det procentvise samlede engagement (clicks, delinger, kommentarer og likes) i forhold til visninger. Det har ikke været muligt at finde benchmark for engagementrate for uddannelses- og forskningsinstitutioner på LinkedIn.

Medieanalyse

Webtrafik¹⁵

SDU.dk	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg ¹⁶
Januar	695.486	1.957.684	477.512
Februar	694.101	1.965.764	473.979
Marts	712.987	1.841.953	487.423
April	593.625	1.471.232	428.706

Månedens mest populære side på SDU.dk:
 "SDU's bibliotek" (samme som forrige måned)

Besøg: 160.948

Sidevisninger: 165.699

Unikke besøgende: 150.205

Månedens mest læste nyhed på SDU.dk:
 "Jeg er skuffet over den lille rolle, forskningen fik lov at spille"

Besøg: 7.410

Sidevisninger: 8.239

Unikke besøgende: 6.428

MitSDU	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Januar	173.037	516.805	75.234
Februar	125.278	391.640	55.036
Marts	107.441	349.358	50.456
April	89.035	299.370	44.689

Månedens mest populære side på MitSDU:
 "Mit studie" (samme som forrige måned)

Besøg: 7.881

Sidevisninger: 9.972

Unikke besøgende: 5.910

Månedens mest populære nyhed på MitSDU:
 "Statsministeren på besøg"

Besøg: 158

Sidevisninger: 190

Unikke besøgende: 146

¹⁵ På grund af cookiereglerne, kan Siteimprove kun vise statistik for besøgende der accepterer cookies.

¹⁶ 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.

Medieanalyse

SDUnet	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Januar	36.526	133.071	16.139
Februar	32.683	113.194	14.784
Marts	39.395	136.304	14.955
April	26.877	90.748	11.931

Månedens mest populære side på SDUnet:

"HCM - Human Capital Management" (samme som forrige måned)

Besøg: 1.194

Sidevisninger: 1.492

Unikke besøgende: 698

Månedens mest læste nyhed på SDUnet:

"Mindeord for James W. Vaupel"

Besøg: 310

Sidevisninger: 342

Unikke besøgende: 273

Ny viden nyhedsbrev ¹⁷

SDU-Nyhedsbrev	Click-rate ¹⁸	Open-rate ¹⁹
Januar	18,1 %	61,1%
Februar	15,6%	58%
Marts	13,2 %	55,8 %
April	13,5%	55,2%

Månedens mest populære historie i Ny Viden nyhedsbrevet:

"Bliv klog på forsvarsforbeholdet"

(198 clicks)

¹⁷ Kommunikation lancerede i august 2021 et månedligt elektronisk nyhedsbrev som forskningsinteresserede borgere kan abonnere på. Nyhedsbrevet er en delvis erstatning for det trykte magasin. Nyhedsbrevet havde pr. 30/4: 1865 abonnenter (marts: 1.844).

¹⁸ Gennemsnitlig clickrate for de forskellige indholdselementer i nyhedsbrevet. Gennemsnitlig åbningsrate for nyhedsbreve inden for forskning er iflg. Mail Chimp 2,8 %.

¹⁹ Den procentvise del af modtagere, som åbner nyhedsbrevet. Gennemsnitlig åbningsrate for nyhedsbreve inden for forskning er 20,9 %.