

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
December	433	63%	36%	1%	27%
Januar	637	54%	46%	0%	29%
Februar	620	61%	39%	0%	33%
Marts	626	67%	31%	2%	28%

Fokusområde	Total omtale	Positiv omtale	Neutral omtale	Negativ omtale	Visibility Score
Forskning	472	80%	20%	0	31%
Universitetspolitik	29	52%	14%	34%	16%
Andet	90	18%	82%	0	18%
Studieliv	15	7%	93%	0	20%
Uddannelse	20	45%	55%	0	33%
Total	626	67%	31%	2%	28%

Den positive andel af omtale stiger med 2 procentpoint og lander på 67 procent. Historier som "Ny SDU-formand kritiserer oplæg til reform af uddannelser" og "Nye tider på universitetet" er begge positive forsidehistorie som opnår en Visibility Score på 75 procent. Den neutrale andel af SDU'somtale falder med otte procentpoint og lander på 31, mens den negative stiger fra nul til to. De negative omtaler omhandler det faldne antal optagede studerende og universitetets nye store spareplan.

SDU i pressen - Highlights:

Forsker i krigsførelse om TikTok: slet den
Medie: Berlingske
Publiceret: 06.03
Visibility Score: 50 %

Ansøgertal til uddannelser i Sønderborg boomer
Medie: Jyske Vestkysten
Publiceret: 18.03
Visibility Score: 50%

Ny SDU-formand kritiserer oplæg til reform af uddannelser

Medie: Fyens Stiftstidende
Publiceret: 12.03
Visibility Score: 100%

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	Linkclicks*	Visninger	Reach ³	Engagement (Likes, kommentarer og delinger)	Engagement-rate ⁴
December	2.249	361.316	258.679	2.658	1%
Januar	9.167	511.514	212.967	1.104	0,5%
Februar	29.010	8.265.990	2.031.503	29.381	1%
Marts	8.125	1.597.797	267.667	5.261	1,9%

Highlights:

Tre gode råd til børnefamilier: sådan forvandler du skærmtid til kvalitetstid

Ny Viden-film

Opslagsvisninger: 58.084, Engagement: 2531, Linkclicks: 175, Reach: NA, Engagement-rate: 8%

Hvordan døde Morten?

Kampagnefilm for Forskningens Døgn

Opslagsvisninger: 15.875, Engagement: 562, Linkclicks: 206, Reach: NA Engagement-rate: 8%

Sæt kryds i kalenderen

Kampagnefilm for Forskningens Døgn

Opslagsvisninger: 92.573, Engagement: 4.880, Linkclicks: 4.811)

Reach: NA, Engagement-rate: 26%

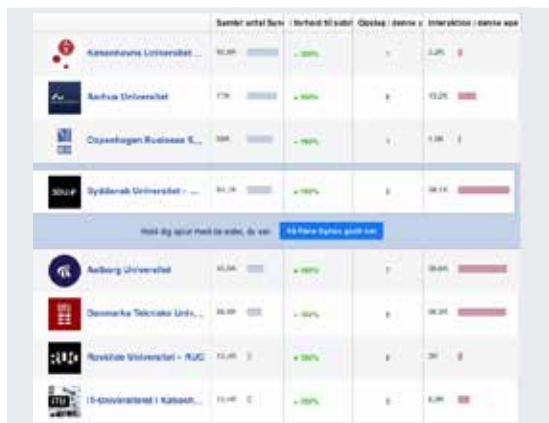
² SDU råder over ca. 50 forskellige Facebook-sider. Nærværende statistik dækker udelukkende SDU's hovedside 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark', som pr. 31/3 har 66.500 følgere (februar: 66.277 følgere)

³ Antal unikke brugere som har set opslaget.

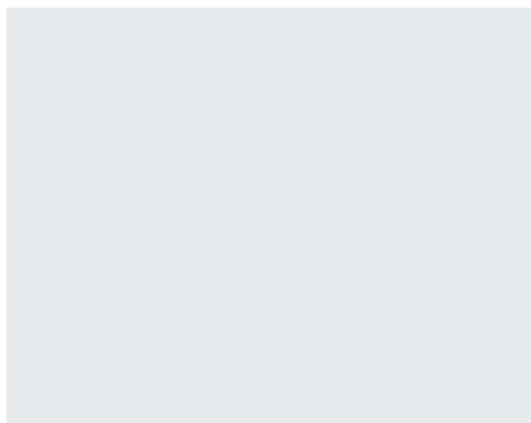
⁴ Engagementrate defineres som den procentvis del af de mennesker, som har været eksponeret for opslaget, som interagerer med det. Udregningsformlen er: $(\text{Engagement} / \text{Reach}) \times 100$. Det store tal omfatter udelukkende egne native content/vægopslag, mens det lave tal inkluderer darkposts/annoncer. Den Engagement rate-benchmark for højere læreanstalter er 0,15% (kilde: RivalQ's 2022-rapport).

Medieanalyse

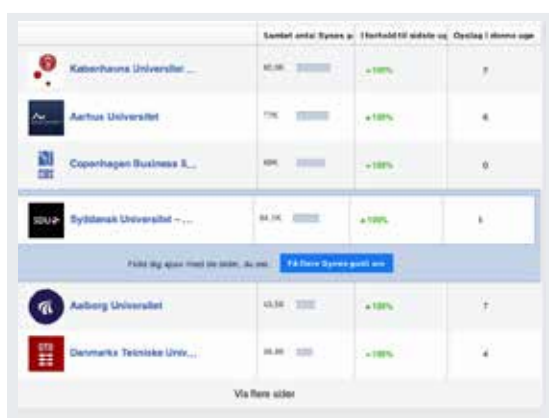
Konkurrentsammenligning – Facebook⁵



Statistik 1 trukket 3/3 (SDU nr. 1)



Statistik 2. :ikke tilgængelig



Statistik 3 trukket 17/3 (SDU nr. 4)



Statistik 4 trukket 24/3 (SDU nr. 4)

Månedens konkurrentmåling placerer SDU på en 3. plads efter Aarhus og KU som det universitet herhjemme med det højeste engagement blandt sine Facebook-følgere. Statistik trækkes kl. 12 hver fredag i måneden.

⁵ Facebooks konkurrentsammenligning inkluderer engagement, linkclicks og videovisninger.

Medieanalyse

Twitter⁶

Twitter: (@SyddanskUni)	Visninger	Linkclicks	Profile visits	Mentions	Engagement Rate ⁷
December	719.000	351	14.900	257	1,6%
Januar	74.500	51	8.122	354	2,1%
Februar	309.000	315	24.000	317	1,2%
Marts	510.000	1.100	29.700	381	1,3%

Highlights:

Tweets	Top Tweets	Tweets and replies	Promoted	Impressions	Engagements	Engagement rate
	Syddansk Universitet @SyddanskUni · Mar 20			7,153	86	1.2%
	13 % fremgang til vores uddannelser 🙌 sdu.dk/da/nyheder/akt... @UFM_MIN har offentliggjort tallene for kvote-2. 3 højdespringere: - Ingeniøruddannelserne, Sønderborg - Jura, Esbjerg - Kunstig intelligens, Odense Unge ønsker at uddanne sig i hele Danmark. #uddpol #dkpol View Tweet activity					
	Syddansk Universitet @SyddanskUni · Mar 15			5,410	126	2.3%
	Kom til #ForskningensDøgn på SDU Odense 22/4. Oplev bl.a. Klimakrisen med Sebastian Mernild & Mikkel Beha, Ukraine krigen med Peter Viggo Jakobsen, Sten Rynning & @CKJersgaard , Kvinde kend din heks med @OlgaRavn & Louise Kallestrup. I alt 40 + gratis events sdu.dk/da/forsk2023 pic.twitter.com/YYne0SreU6 View Tweet activity					
	Syddansk Universitet @SyddanskUni · Mar 6			4,380	277	6.3%
	Vil du mere end tweets om Kvindernes Internationale Kampdag på onsdag? Så kom til gratis foredrag: - Ligestilling på SDU - Ligestilling i forskning generelt - Case: historisk repræsentation i forskning Program: sdu.dk/da/updates/8fc... af arrangørerne #ligestilling #dkforsk pic.twitter.com/6BtbADjhpa View Tweet activity					

⁶ SDU's Twitterkonto har pr. 31/3: 9.874 følgere (februar: 9.569)

⁷ 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 0,071 % (kilde Rival IQ's 2022 rapport).

Medieanalyse

Instagram⁸

Instagram: Syddansk_Universitet	Visninger	Taps forward ⁹ (stories)	Exit rate ¹⁰ (stories)	Engagement ¹¹	Engagement Rate ¹²
December	45.226	NA	NA	4.365	4%
Januar	48.035	25.836	10,78%	1.783	3,7%
Februar *	9.102.825	18.133	7,93%	2.670	0,02%
Marts	49.241	213.348	NA	2.831	4%

*Det meget høje antal visninger skyldes kvote 2-kampagne

Highlights:



⁸ SDU's Instagram-profil 'Syddansk_Universitet' har pr. 31/3: 12.625 følgere (februar: 12.428)

⁹ Så mange gange, der trykkes videre for at se næste story

¹⁰ Procentdelen af brugere, der klikker ud af en story. (Jo lavere procentsats desto bedre)

¹¹ Engagement for opslag (ikke stories og reels).

¹² 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 2,99% (kilde Rival IQ's 2022 rapport)

Medieanalyse



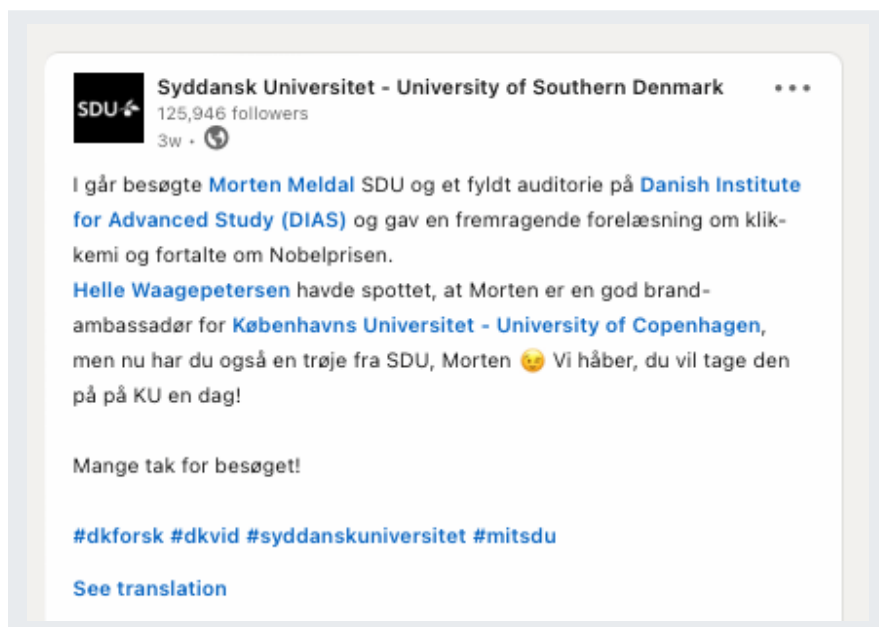
LinkedIn¹³

LinkedIn: University of Southern Denmark	Visninger	Clicks	Kommentarer, likes og delinger	Engagement Rate ¹⁴	CTR (Click through rate) ¹⁵
December	265.256	15.084	2.205	4,97%	4,12%
Januar	198.498	11.400	1.530	5,1%	5,74%
Februar	147.371	6.406	1.473	0,99 %	4,34%
Marts	283.634	5.232	1.786	2,47%	1,95%

Månedens LinkedIn highlight:

I går besøgte Morten Meldal SDU

Visninger: 28.346, Clicks: 1.885, Kommentarer, likes og delinger: 134, Engagement Rate: 7,1%, CTR: 6,65%



¹³ SDU's Linked In profil 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark' har pr. 31/3: 125.408 følgere (februar: 124.581)

¹⁴ Målenhed 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 Linked In.

¹⁵ Målenhed for hvor mange gange brugernes 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

Webtrafik¹⁶

SDU.dk	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg ¹⁷
December	673.660	1.453.162	535.078
Januar	861.492	2.119.878	639.697
Februar	837.507	2.106.629	620.981
Marts	822.076	2.077.282	586.031

Månedens mest læste nyhed på SDU.dk:

"Nyt fokus på åndelig omsorg i sundhedsvæsenet - SDU"

Besøg: 2.506

Sidevisninger: 2.773

Unikke besøgende: 2.148

MitSDU	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
December	89.773	298.588	42.194
Januar	171.351	516.728	67.097
Februar	127.181	418.205	52.879
Marts	116.155	372.862	53.071

Månedens mest populære nyhed på MitSDU:

"Den øgede cybertrussel og brugen af Microsoft Authenticator-appen":

Besøg: 217

Sidevisninger: 235

Unikke besøgende: 190

¹⁶ På grund af cookiereglerne, kan Siteimprove kun vise statistik for besøgende der accepterer cookies.

¹⁷ 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
December	32.887	101.239	13.162
Januar	49.806	157.141	17.834
Februar	43.508	150.674	16.387
Marts	60.085	191.018	21.001

Månedens mest populære side på SDUnet:

"HCM - Human Capital Management"

Besøg: 1.814

Sidevisninger: 2.343

Unikke besøgende: 956

Månedens mest læste nyhed på SDUnet:

"Et nyt uddannelsesmæssigt kapitel skrives i Slagelse":

Besøg: 799

Sidevisninger: 927

Unikke besøgende: 652

Ny viden nyhedsbrev ¹⁸

SDU-Nyhedsbrev	Click-rate ¹⁹	Open-rate ²⁰
December	11,7%	55,5%
Januar	8,2%	52,3%
Februar	8,1%	51,8%
Marts	8%	53.6%

Mest læste historie:

Video: 3 råd til hvordan du forvandler skærmtid til kvalitetstid

Clicks: 172

¹⁸ 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. 31/3: 1986 (februar: 1983) .

¹⁹ Gennemsnitlig clickrate for de forskellige indholdselementer i nyhedsbrevet. Gennemsnitlig åbningsrate for nyhedsbreve inden for forskning er iflg. Mail Chimp 2,8 %.

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