

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
Maj	597	115,43 M	46%	54%	0%	26%
Juni	524	101,88 M	43%	57%	0%	26%
Juli	516	83,83 M	43%	57%	0%	27%
August	458	79,9 M	27%	63%	0%	25%

Fokusområde	Total omtale	Positiv omtale	Neutral omtale	Negativ omtale	Visibility Score
Forskning	401	42%	58%	0%	26%
Universitetspolitik	0	0	0	0	0
Andet	28	0%	100%	0%	15%
Studieliv	26	0%	100%	0%	13%
Uddannelse	3	12%	88%	0%	21%
Total	458	27%	63%	0%	25%

Omtalerne af SDU i redaktionelle medier fordeler sig således: 58,3 % kommer fra webmedier, 32,3% fra printmedier og de resterende 9,4 % er fra broadcast. I lighed med sidste måned er de fleste artikler fra Fyens.dk.

Medieomtalen topper d. 20. august, hvilket især skyldes nyheden om, at forskere vil forebygge selvmord med kunstig intelligens.

Månedens tre mest citerede forskere er: Niels Bjerre-Poulsen (HUM), Serkan Ayvaz (TEK) og Frederik Waage (SAMF).

SDU i pressen - Highlights:

Er Kamala Harris sort nok?

Medie: Politiken

Visibility score: 75%

Vild jubel over stor lægenyhed

Medie: Jyske Vestkysten

Visibility score: 25%

- Jeg overvejer seriøst at søge job her: Stephan fra eliteuniversitet har besøgt Odense

Medie: Fyens Stiftstidende

Visibility score: 40%

Webartiklers engagement på Facebook: 16-årig har opfundet spil, der skal få unge til at slukke mobilen

Medie: TV2

Interaktioner: 2.485

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
Maj	18.313	1.302.200	548.702	20.219	4%
Juni	11.587	1.631.954	860.630	12.804	2%
Juli	7.740	704.733	441.022	9.576	2%
August	101	41.127	39.218	366	1%

Highlight:



Best Engagement Rate

2%



Syddansk Universitet – University of Southern ...

August 12 at 15:30



Guld 🏆 og bronze 🥉 til SDU-studerende! Seks studerende fra SDU deltog i OL. De har trænet hårdt ved siden af studi...

Engagement Rate

Engagements

Reach

1.66%

309

18595

3 SDU råder over ca. 50 forskellige Facebook-sider. Nærværende statistik dækker udelukkende SDU's hovedside 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark', som pr. 31/7 har 64.683 følgere (juni: 64.560).

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



X⁶

Vi har valgt at nedprioritere aktiviteterne på SDU's X-profil

Den tiltagende problematiske debatkultur og de forringede vilkår for annoncører betyder, at vi for nuværende ikke er aktive på X. Vi monitorerer stadig omtale af SDU, og profilen er ikke lukket.

6 SDU's X-profil har pr. 31/8: 10.353 følgere (juli: 10.388)

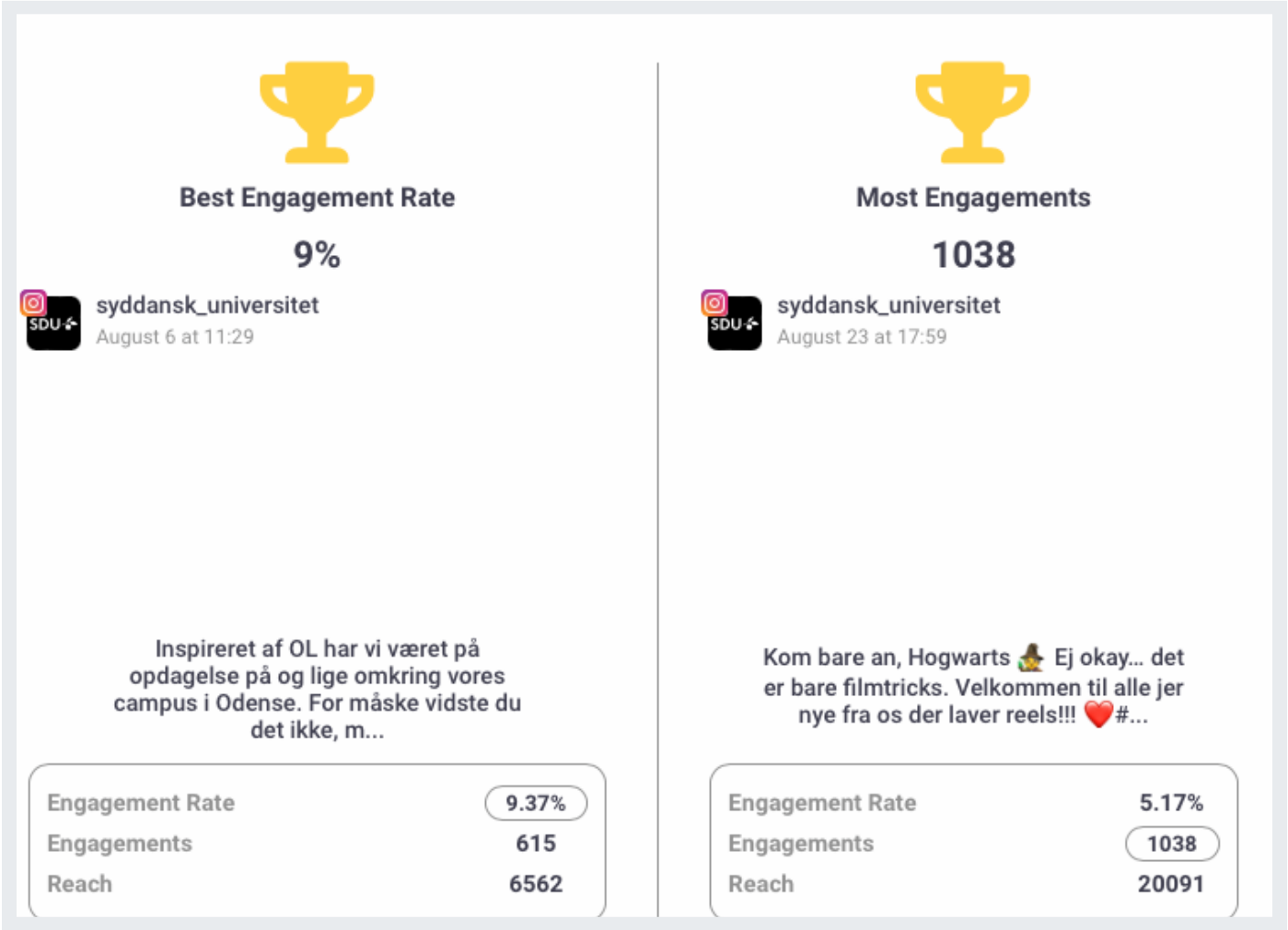
Medieanalyse



Instagram⁷

Instagram: Syddansk_Universitet	Visninger (opslag)	Visninger (reels)	Visninger (stories)	Taps forward ⁸ (stories)	Engagement (opslag+reels)	Engage- ment Rate ⁹ (opslag+reels)
April	112.028	60.671	205.460	184.266	3.476	3%
Maj	355.218	56.250	76.235	69.354	3.116	2% (4,7%) ¹⁰
Juni	98.524	47.118	39.601	35.675	3.578	5%
Juli	210.145	188.062	53.781	45.819	4.302	3,8%

Highlights:



7 SDU's Instagram-profil 'Syddansk_Universitet' har pr. 31/8: 16.884 følgere (juli: 16.559).

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

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 2,99% (kilde Rival IQ's 2022 rapport). Det første tal er engagement rate inkl. darkpostannoncer, mens tallet i parentes er målt udelukkende på native/organisk.

10 Det første tal inkluderer sponsorerede kampagneopslag, mens tallet i parentes kun omfatter organiske opslag

Medieanalyse



LinkedIn¹¹

LinkedIn: University of Southern Denmark	Visninger	Clicks	Kommentarer, likes og delinger	Engagement Rate ¹²	CTR (Click through rate) ¹³
Maj	152.865	2181	1.148	2,42%	1,57%
Juni	144.580	71.190	72.295	75%	49,24%
Juli	130.019	5.322	6.914	8%	4%
August	77.875	5.139	6.216	11%	7,53

Highlights:

Best Engagement Rate

31%

Syddansk Universitet - University of Southern Denmark
August 22 at 15:53



Idag havde vi politisk besøg på SDU og Odense Havn i form af uddannelses- og forskningsminister Christina Egelund sam...

Engagement Rate	30.98%
Engagements	1795
Reach	5794

Most Engagements

2379

Syddansk Universitet - University of Southern Denmark
August 12 at 15:22



Guld 🥇 og bronze 🥉 til SDU-studerende! Seks studerende fra SDU deltog i OL. De har trænet hårdt ved siden af studi...

Engagement Rate	6.66%
Engagements	2379
Reach	35737

Best Reach

35737

Syddansk Universitet - University of Southern Denmark
August 12 at 15:22



Guld 🥇 og bronze 🥉 til SDU-studerende! Seks studerende fra SDU deltog i OL. De har trænet hårdt ved siden af studi...

Engagement Rate	6.66%
Engagements	2379
Reach	35737

11 SDU's Linked In profil 'Syddansk Universitet - University of Southern Denmark' har pr. 31/8: 135.803 følgere (juli: 135.187).

12 Målenhed for brugernes engagement i en given nyhed. Beregnes som det procentvise samlede engagement (delinger, kommentarer og likes) i forhold til visninger. Nb! Pr. 1/5 medtages også clicks., hvorfor der ses en betydelig stigning i Engagement Rate. 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
Maj	690.484	1.559.042	501.909
Juni	640.827	1.493.572	484.022
Juli	531.034	1.291.070	420.050
August	551.621	1.499.801	394.856

Månedens mest læste nyhed på SDU.dk

Hvad vil det sige at være transkønnet?

Besøg: 2.336

Sidevisninger: 2.422

Unikke besøgende: 2.139

Der her er tale om nyhed som blev publiceret tidligere på året. Nyheden er blevet genaktiveret og læst via ekstremt mange Google-søgninger, sandsynligvis ansporet af kønsdebatten i forbindelse med OL.

MitSDU	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Maj	112.877	392.886	51.512
Juni	110.484	339.480	53.342
Juli	76.749	319.367	41.363
August	144.999	645.757	62.112

Månedens mest populære nyhed på MitSDU:

Velkommen til 4.644 nye SDU-studerende (samme som juli)

Besøg: 255

Sidevisninger: 283

Unikke besøgende: 239

SDUnet	Besøg	Sidevisninger	Unikke besøg
Maj	109.703	252.075	25.256
Juni	92.636	214.339	23.354
Juli	61.058	139.880	17.957
August	98.285	232.146	25.586

Månedens mest læste nyhed på SDUnet:

Velkommen til 4.644 nye SDU-studerende

Besøg: 465

Sidevisninger: 483

Unikke besøgende: 430

Tilbagevendende besøgende: 287

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
April	17,4%	39%
Maj	13,9%	34,1%
Juni	14,4 %	34,1 %
August	8,7 %	30,8 %

Nyhedsbrevet holdt sommerferie i juli måned.

Flest clicks: Rektoratets klumme: "Tid til at lyse på universitetslivet" - 711 clicks

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

¹⁷ Gennemsnitlig clickrate for de forskellige indholdselementer i nyhedsbrevet

¹⁸ Den procentvise del af modtagere, som åbner nyhedsbrevet