

MÅNEDSRAPPORT

ANALYSE AF AU's MEDIEOMTALE FEBRUAR 2016

INDHOLDSFORTEGNELSE

Side 2	OPSUMMERENDE KOMMENTARER
Side 4	AU OVERORDNET
Side 17	ARTS
Side 29	AARHUS BSS
Side 41	HEALTH
Side 53	SCIENCE AND TECHNOLOGY
Side 65	METODISKE OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

OPSUMMERENDE KOMMENTARER

Mængden af omtaler for februar 2016 bærer præg af den ekstraordinære store mængde omtaler i forbindelse med "Landbrugspakken", men også "Ulven" har gjort sit bidrag. "Landsbrugspakken" udgør 30 pct. (1111 omtaler) af den samlede omtale (PR Score +38), men også "Ulven" bidrog væsentligt med 408 omtaler (PR Score +38).

Den samlede mængde af omtaler for februar er 3.713, hvilket er en fremgang på 68 pct. i forhold til forrige måned. Mængden af positiv omtale udgør 80 pct., neutral omtale udgør 16,5 pct., og negativ omtale udgør 3,5 pct..

Den gennemsnitlige PR Score, som siger noget om omtalernes kvalitet og gennemslagskraft, ligger i februar 2016 på +39, hvilket er et fald på 10 point i forhold til forrige måned.

Ekspertudtalelser udgør 47 pct. af den samlede omtale, Forskning & Formidling 40,5 pct.. Det er hhv. en stigning på 4,5 pct. og et fald på 2 pct. i forhold til forrige måned. [jf. s. 6]

For den samlede mængde af omtale på AU, er den gennemsnitlige *proaktivitet*, (parameter som antyder hvorledes AU styrer overskriften/hovedvinklen i omtalen) i februar på 40 pct..

AU henter 50 pct. af alle omtaler og 88 pct. af sine potentielle læsere via de landsdækkende medier. Det er stort set det samme billede der tegnede sig i forrige måned.

AU henter 53 pct. af sine omtaler og når 69 pct. af sine potentielle læsere/seere/lyttere via webkilder. Andelen og dækningsgraden er begge steget med 8 pct. i forhold til forrige måned.

Jp.dk er med 113 omtaler (PR Score +36) det medie der har bragt flest omtaler i februar 2016, hvilket også gjorde sig gældende i forrige måned.

Benchmark: [Bemærk – DTU er tilknyttet kildegrundlaget fra 2016]. I forhold til forrige måned; AU har en fremgang på 45 pct. og AU's andel af den samlede omtale er 26 pct.. KU har en fremgang på 38 pct., og andelen af den samlede omtale er 31 pct.. RUC har en fremgang i omtale på 26 pct., AAU 18,5 pct., DTU 12 pct., og CBS samt SDU uændret.. [jf. s.14]

Benchmark: AU og KU står for hovedparten af den samlede omtale fordelt på de forskellige medietyper. KU vejer tungest hvad angår omtale på webkilder, landsdækkende dagblade, Fagblade og magasiner og Radio. AU derimod sidder lidt tungere på de regionale og lokale dagblade, lokale ugeaviser, dog deles TV stort set ligeligt. [jf. s.15]

Benchmark: De syv universiteters andel af omtalerne i februar 2016, fordelt på mediernes geografi, viser fortsat, at AU stadig står stærkt både i det midtjyske og i hele Jylland. I forhold til forrige måned er fremgangen i mængden af omtale for AU primært landsdækkende og i Region Midtjylland, men også i de resterende regioner. KU's fremgang er stort set overensstemmende med AU, dog er AU's fremgang landsdækkende større end KU's. RUC har bl.a. fordoblet sin omtale i Region Midtjylland i forhold til forrige måned. [jf. s.16]

Fremtræden negativ omtale: 139 omtaler er karakteriseret som negativ omtale og størsteparten af disse (95 omtaler) omhandler ikke "Landsbrugspakken", som man ellers skulle tro, men der i mod "Ulven" og diskussionen mellem KU-forskere og AU-forskere om bl.a. antal og ynglemulighederne. "Landbrugspakken" udgør 31 negative omtaler, hvilket udgør 3 pct. af "Landbrugspakke-omtalen". De resterende negative omtaler fordeler sig på den forestående sparerunde på AU og AUH's (Skejby Sygehus) indgivelse af forkerte oplysninger i forbindelse med (kampen om) placeringen af børnehjertekirurgi.

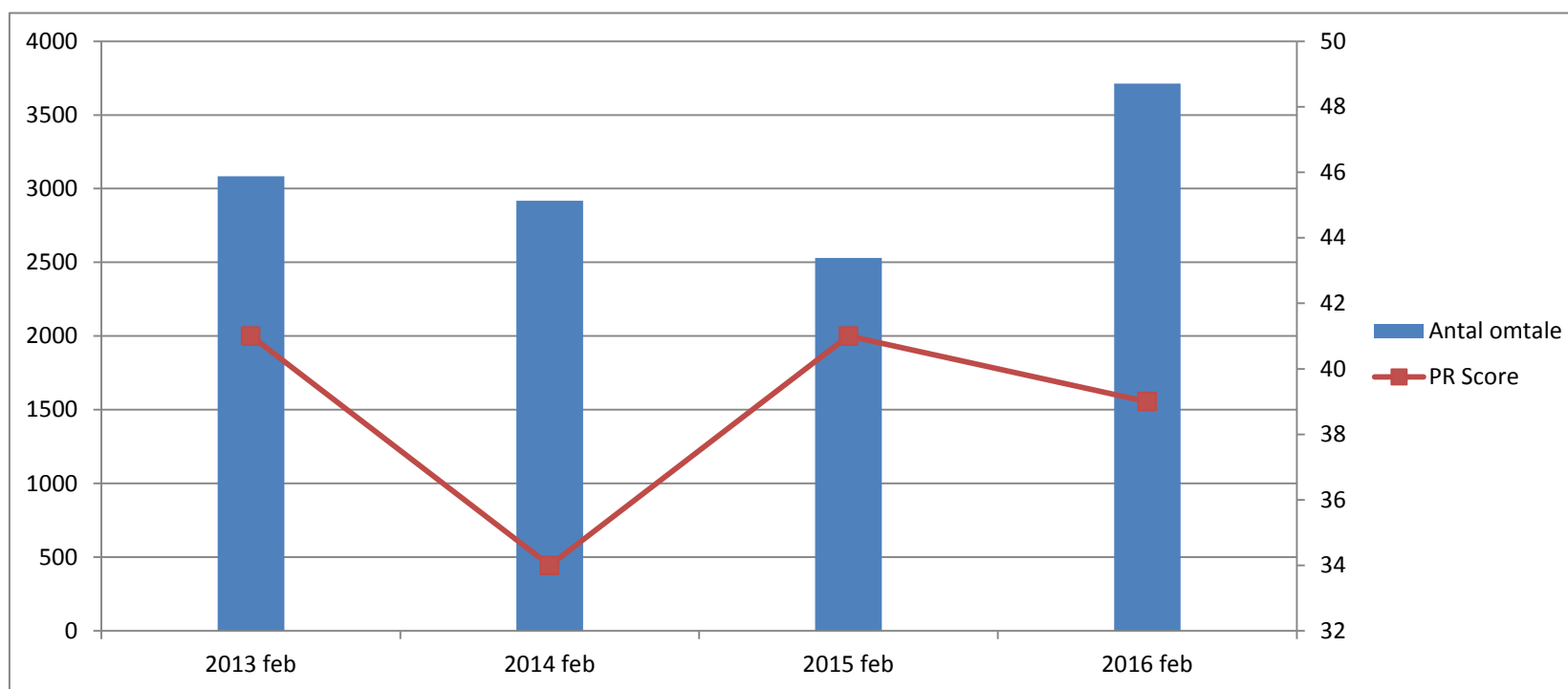
AU: OMTALER FEBRUAR 2016

AU: Antal omtaler, PR-score og bruttodækning

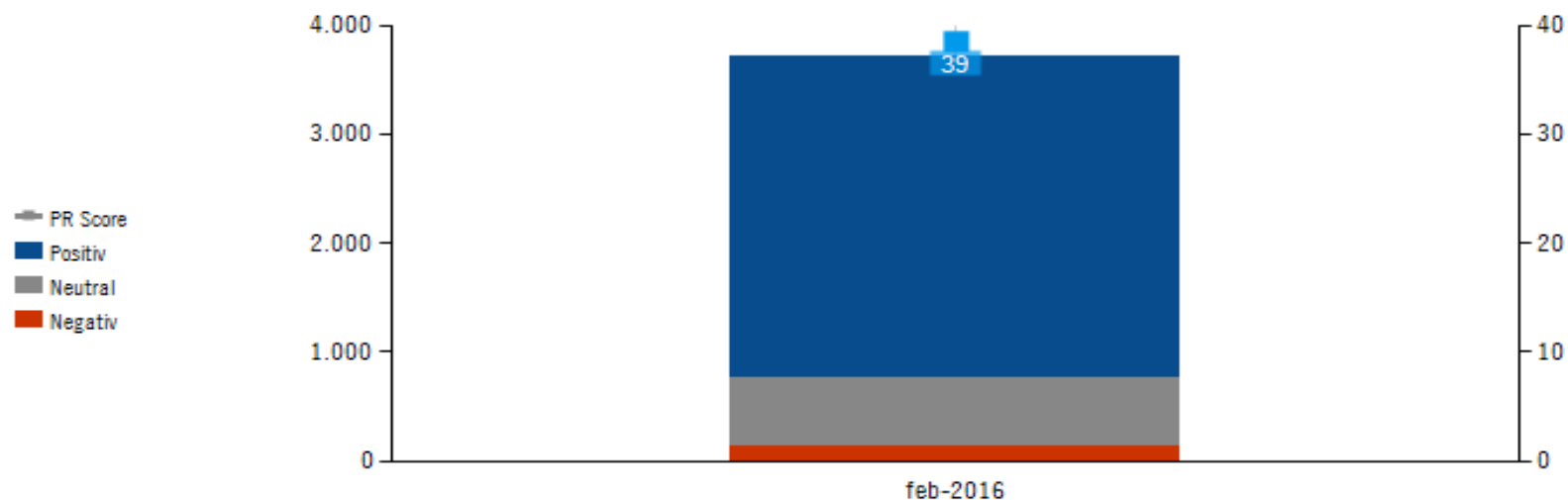
TID	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
feb-2016	3.713	39	494.776.754

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Mængden af den samlede omtale er gået frem med 68 pct., PR Score er faldet med 10 point til +39. De markante ændringer i omtale og PR Score skyldes primært den ekstraordinære omtale i forbindelse med Landsbrugspakken (30% af samlet omtale, PR Score +38), men også "Ulven" bidrog væsentligt med 408 omtaler.

AU: Omtaler og gennemsnitlig PR Score for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



AU: Omtaler positiv/neutral/negativ for februar 2016



Omtale karakteriseret som:

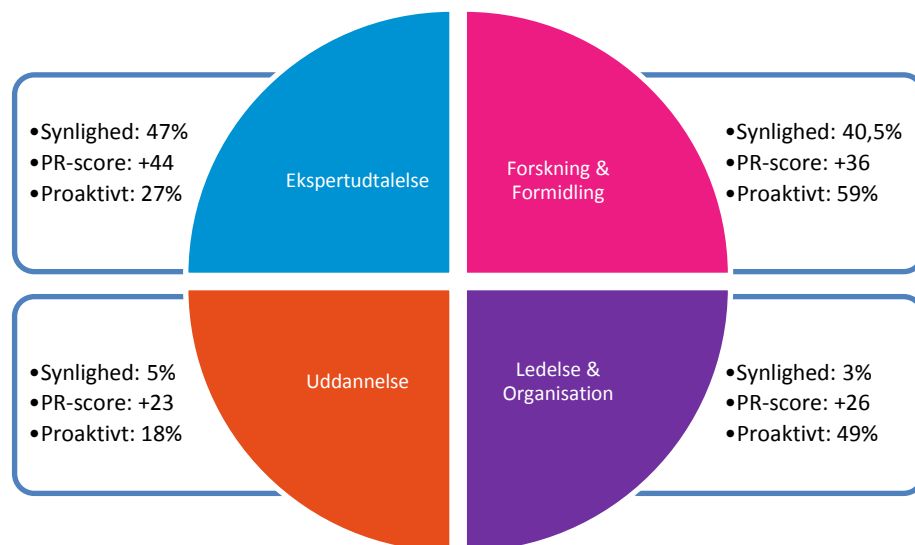
Positiv udgør i alt 80 pct. af samlet omtale.

Neutral udgør i alt 16,5 pct. af samlet omtale.

Negativ udgør i alt 3,5 pct. af samlet omtale.

Fremtræden negativ omtale: 139 omtaler er karakteriseret som negativ omtale og størsteparten af disse (95 omtaler) omhandler ikke "Landbrugspakken", som man ellers skulle tro, men der i mod "Ulven" og diskussionen mellem KU-forskere og AU-forskere om bl.a. antal og ynglemulighederne. "Landbrugspakken" udgør 31 negative omtaler, hvilket udgør 3 pct. af "Landbrugspakke-omtalen". De resterende negative omtaler fordeler sig på den forestående sparerunde på AU og AUH's (Skejby Sygehus) indgivelse af forkerte oplysninger i forbindelse med (kampen om) placeringen af børnehjertekirurgi.

AU: Kontekst – samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016**



*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Ekspertudtalernes andel af den samlede omtale er steget med 4,5 pct., PR Score er uændret og proaktivitet er gået frem med 5 pct. Forskning & Formidlings andel er faldet med 2 pct., PR Score gået ned med 14 point og proaktiviteten er faldet med 4 pct.. Uddannelse's andel er steget med 1,5 pct. og dette skyldes primært Superstudenten Marius' tilbagekomst til DK og udmeldingen om karakterkrav fra KU, AU og SDU. "Landbrugspakken" har i høj grad indflydelse på stigningen i Ekspertudtalelser, hvorimod vores faglige formidling – den selvinitieret del – også bærer præg af striden om "Ulven", men overordnet set er begge kategorier stadig af høj kvalitet, har gennemslagskraft og fylder, overvejende positivt, i overskrifterne samt hovedvinklerne i omtalen.

Den gennemsnitlige proaktivitet for den samlede mængde af omtale på AU var i februar 2016 på 40 pct.

**Kontekst:

Er en kvalificering af den samlede omtale i fire kategorier, som yderligere hægtes op på:

- Synlighed: Andel af samlet omtale

- PR Score: kvalitet og gennemslagskraft

- Proaktivt: andel af den samlede omtale, som er positiv og hvor AU styrer overskriften/hovedvinklen i omtalen

- Ekspert-udtalelser: siger noget om den del af omtalen som er initieret ude fra, dvs. skabt ved, at f.eks. journalisten kontakter forskeren for at få en udtalelse om en konkret sag

- Forskning & Formidling: siger noget om den del af omtalen som er selv-initieret, dvs. skabt ved, at proaktivt kommunikationsarbejde har gjort f.eks. journalisten bekendt med den nye viden, som bliver videreformidlet i artiklerne.

- Ledelse og Uddannelse er mere blandet. Her kan det lige så ofte være nogen/noget udefra, som skaber omtalen, som det kan være noget, AU har taget initiativ til.

AU: Omtale, PR Score og bruttodækning fordelt på medietyper for februar 2016

KILDEGRUPPE	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Webkilder	1.955	38	341.792.357
Regionale og lokale dagblade	787	33	29.768.074
Landsdækkende dagblade	406	44	74.137.000
Lokale ugeaviser	204	48	7.230.189
Fagblade og magasiner	197	41	14.724.134
Radioindslag	107	44	10.286.000
TV-indslag	57	40	16.839.000
HOVEDTOTAL	3.713	38	494.776.754

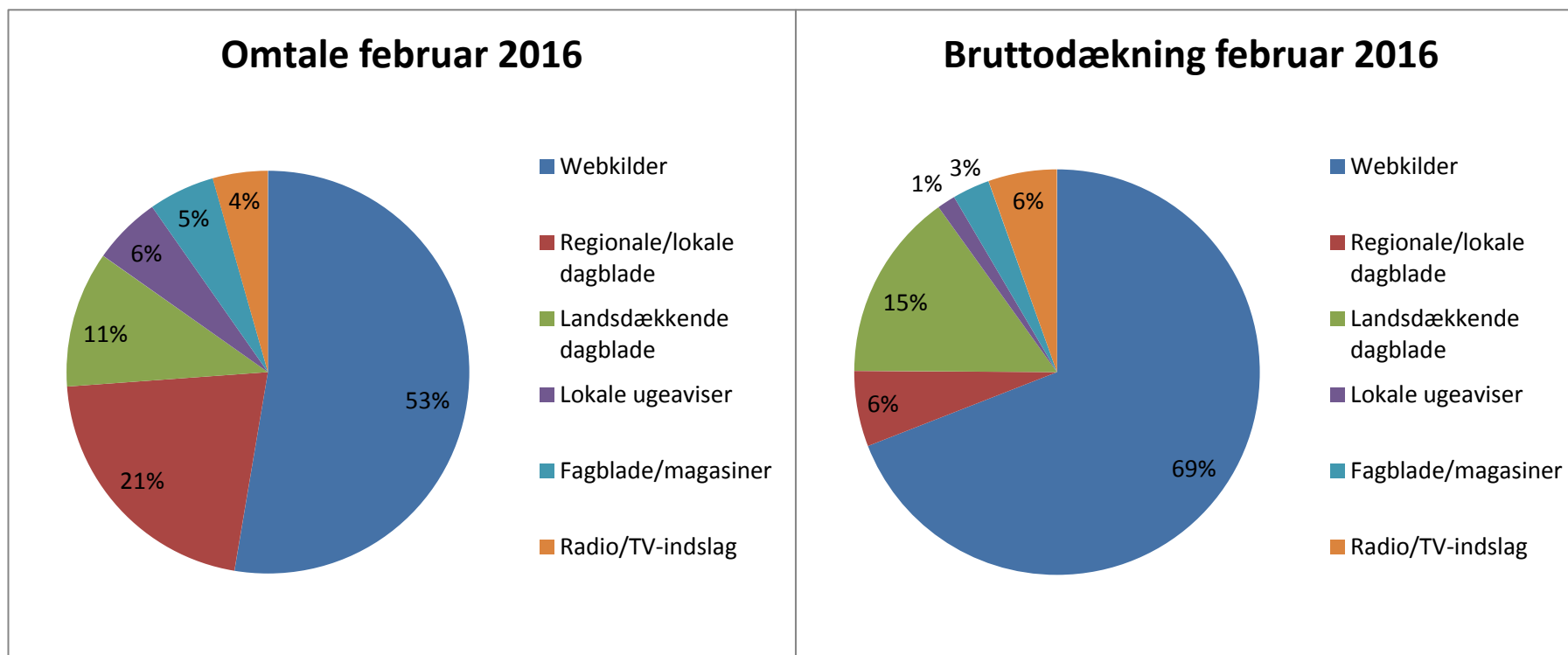
*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Stigningen i omtale på 68 pct. fordeles sig på alle medietyper dog med variationer i mængden; Webkilder har en fremgang på 94 pct., Regionale og lokale dagblade 42 pct., Landsdækkende dagblade 25 pct., Fagblade og magasiner 54 pct., Lokale ugeaviser 87 pct., og Radio/TV-indslag med 95 pct.. PR Score for navnlig Webkilder og Regionale dagblade og aviser har de største fald med hhv. 12 og 13 point. Radio/TV-indslag har trods den store fremgang holdt en fin PR Score, hvor radio er uændret og TV er faldet med 5 point.

AU: Andel af den samlede omtale, hvor AU styrer overskriften – fordelt på medietyper for februar 2016*

Webkilder	40%
Regionale og lokale dagblade	41%
Landsdækkende dagblade	33%
Lokale ugeaviser	55%
Fagblade og magasiner	36%
Radioindslag	52%
TV-indslag	25%

Andel af den samlede omtale, som er positiv og hvor AU styrer overskriften/hovedvinklen i omtalen.

AU: Omtale og bruttodækning fordelt på medietyper for februar 2016

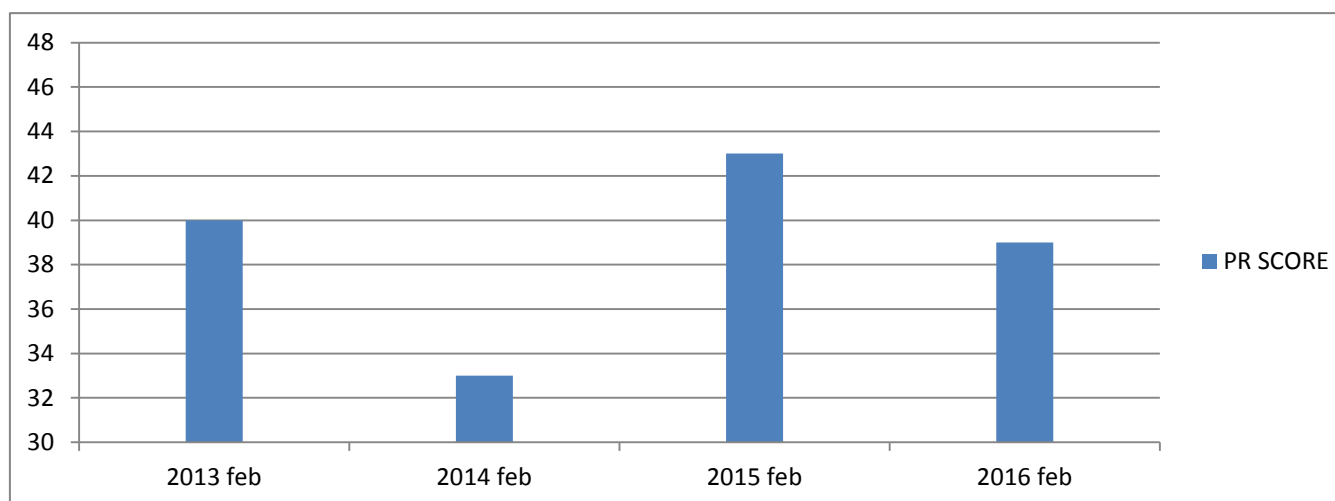


*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Den store stigning i omtale på Webkilder afspejler sig også i andelen af omtale, som er steget med 8 pct. og tilsvarende er bruttodækningens andel steget med 8 pct. Regionale og lokale dagblade udgør omtalemæssigt lidt over en femtedel af den samlede omtale, men dækningsgraden udgør blot 6 pct.. Landsdækkende dagblades andel af omtalen er trods fremgangen i omtale faldet med 4 pct., og dækningsgraden 8 pct..

AU: Medier med flest omtaler for februar 2016

MEDIENAVN	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Jp.dk (Jyllands-Posten) (Abonnementsområde)	113	36	945.923
JP.dk (Jyllands-Posten)	106	40	42.943.250
Kristeligt-Dagblad.dk	89	36	8.213.899
Tidende.dk	85	35	2.550.000
DR.dk	76	47	75.265.308
Jv.dk (Abonnementsområde)	71	38	156.342
Jyllands-Posten	66	42	16.302.000
Stiften.dk (Århus Stiftstidende)	65	41	767.455
Information.dk (Abonnementsområde)	62	33	168.640
Århus Stiftstidende	62	47	2.108.000
Politiken	57	44	17.898.000
BT.dk	56	40	43.123.080
Kristeligt Dagblad	53	46	5.194.000

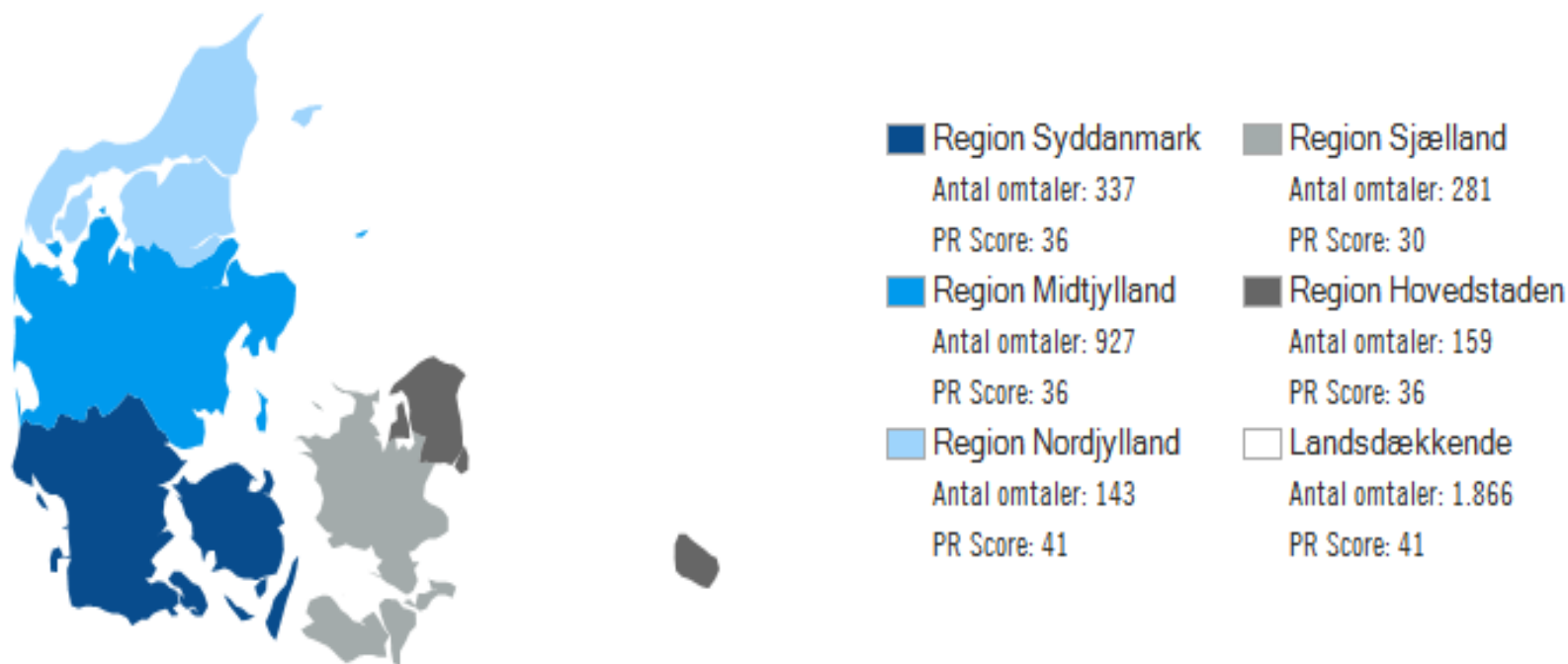
AU: Gennemsnitlig PR Score for top 15 medier for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



AU: Medier med højeste bruttolæsertal på omtaler for februar 2016

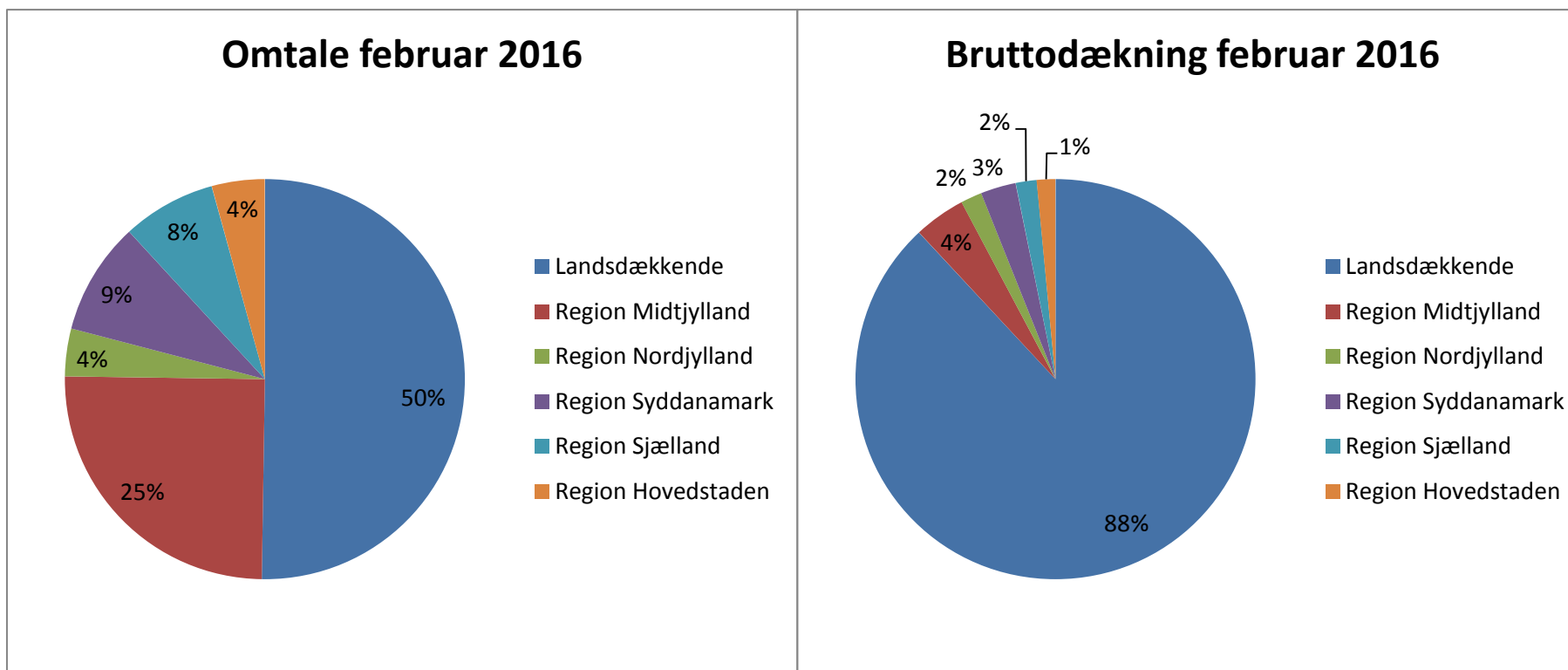
MEDIENAVN	BRUTTODÆKNING	PR SCORE
DR.dk	75.265.308	47
BT.dk	43.123.080	40
JP.dk (Jyllands-Posten)	42.943.250	40
Ekstrabladet.dk	33.112.728	38
Politiken.dk	31.734.333	45
TV 2 /Nyhederne Online	30.882.915	40
Politiken	17.898.000	44
Jyllands-Posten	16.302.000	42
B.dk	13.574.232	37
JP Aarhus	12.103.000	55
Finans.dk	9.219.093	41
Berlingske	8.272.000	46
Kristeligt-Dagblad.dk	8.213.899	36

AU: Omtale og PR Score for februar 2016 fordelt på mediernes geografi

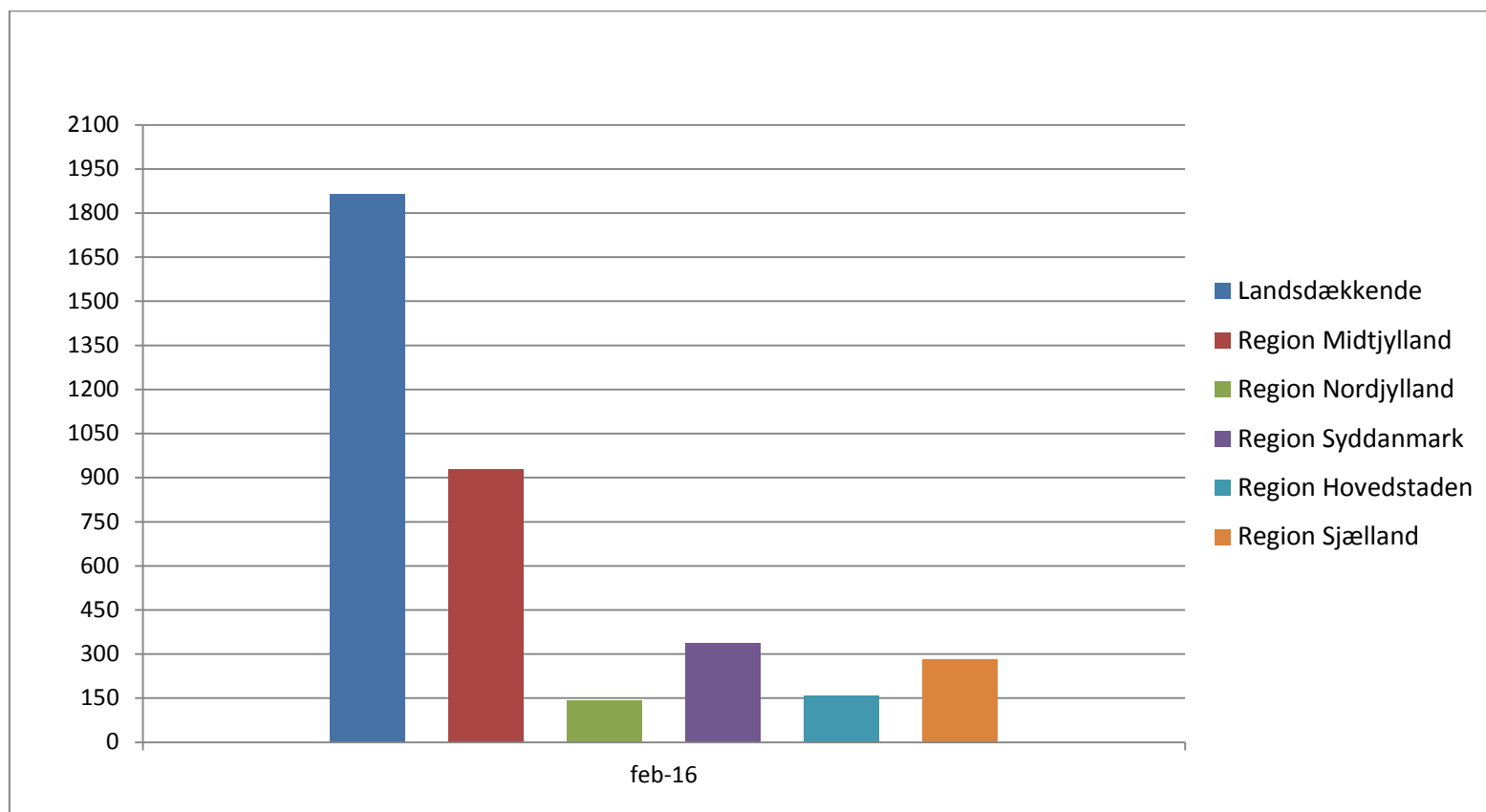


*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Stigningen i mængden af omtale på 68 pct., fordeler sig over alle regioner samt landsdækkende. Fremgangen i omtale fordelte sig på følgende måde: Landsdækkende med 57 pct. (PR Score faldt med 9 point), Region Midtjylland med 92 pct. (PR Score faldt med 14 point), og Region Nordjylland med 35 pct. (PR Score faldt med 2 point), Region Syddanmark med 60 pct. (PR Score faldt med 10 point), Region Sjælland med 64 pct. (PR Score faldt med 15 point) og Region Hovedstaden med 130 pct. (PR Score faldt med 7 point). Den ekstraordinære omtale i forbindelse med "Landbrugspakken" og "Ulven" har sat sit aftryk i overvejende grad på regionalt, hvilket nedgangen i PR Score meget sigende illustrerer.

AU: Mediernes geografi for februar 2016 – omtaler versus bruttolæsertal



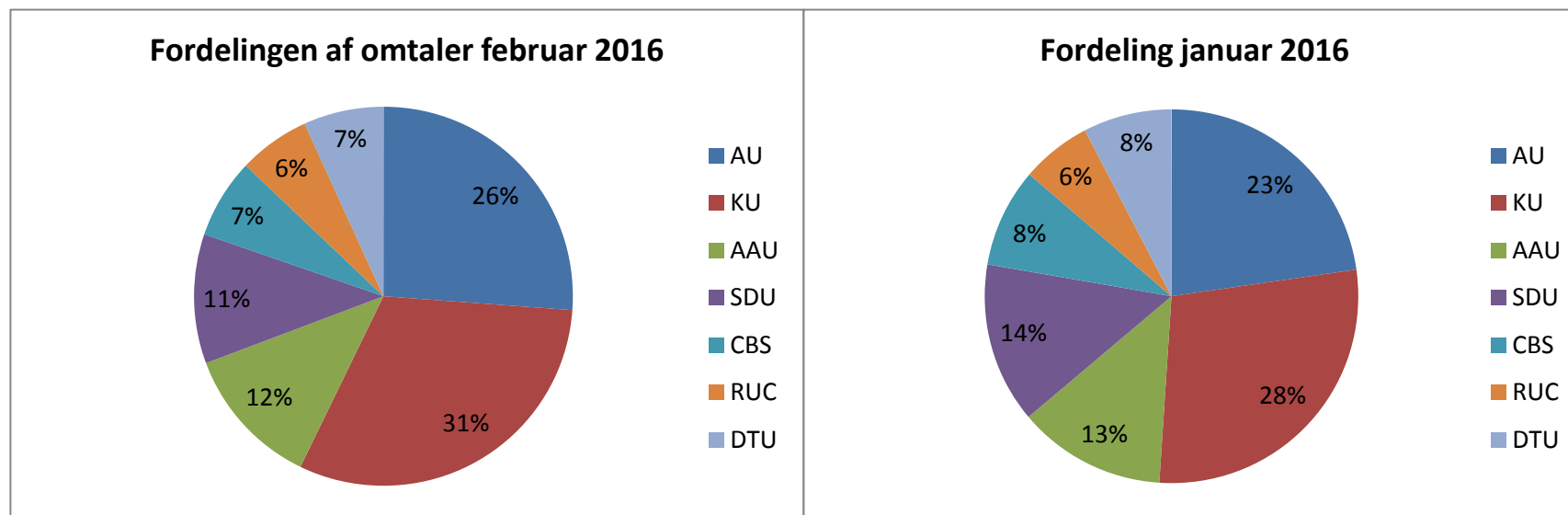
AU: Geografisk fordeling af omtaler for februar 2016



AU: Benchmark - syv universiteters omtale for februar 2016**

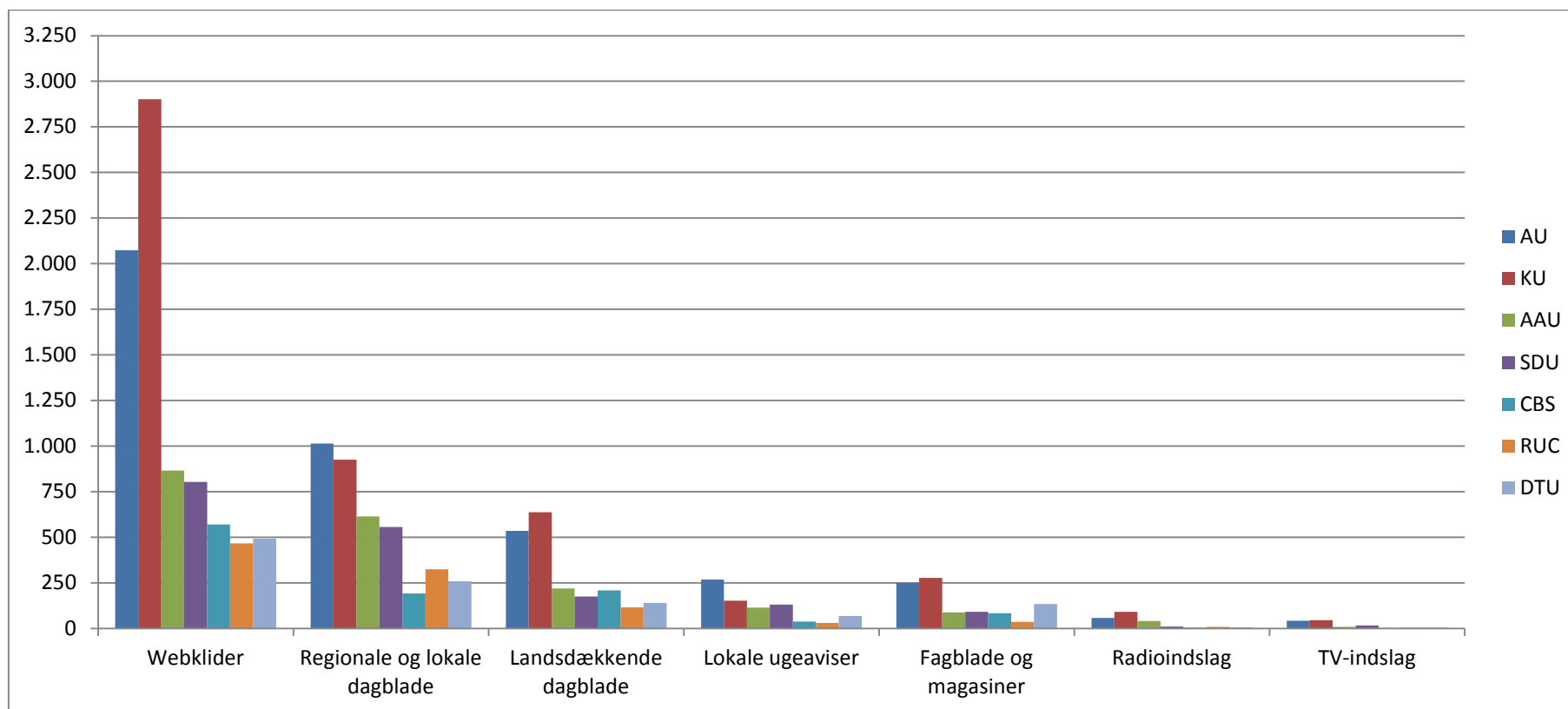
EMNE	ANTAL OMTALER	BRUTTODÆKNING
Københavns Universitet	5.032	678.418.677
Aarhus Universitet	4.242	526.319.266
Aalborg Universitet	1.955	249.045.064
Syddansk Universitet	1.786	213.080.573
DTU	1.106	119.882.846
CBS	1.102	148.702.718
Roskilde Universitet	987	116.345.088
HOVEDTOTAL	13.705	1.725.424.262

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: AU har en fremgang på 45 pct. og AU's andel af den samlede omtale er 26 pct.. KU har en fremgang på 38 pct., og andelen af den samlede omtale er 31 pct.. RUC har en fremgang i omtale på 26 pct., AAU 18,5 pct., DTU 12 pct., og CBS samt SDU uændret.



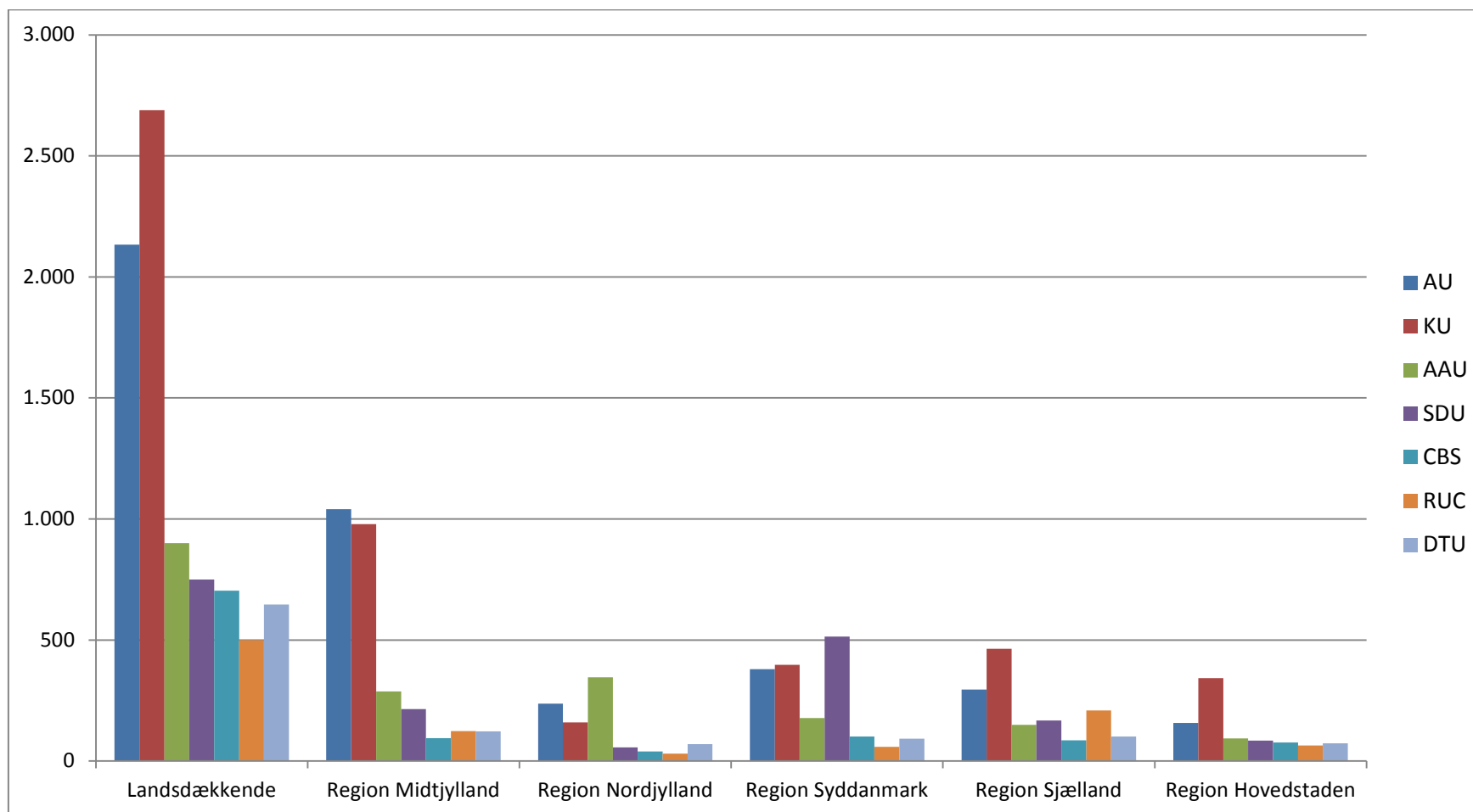
**Bemærk: Grundet Benchmarkanalysen tager højde for andre faktorer i kildegrundlaget stemmer antal omtaler for AU februar 2016 i benchmarkanalysen ikke overens med de tidligere anførte antal omtaler for AU for februar 2016.

AU: Benchmark - syv universiteters omtale fordelt på medietyper for februar 2016



AU og KU står for hovedparten af den samlede omtale fordelt på de forskellige medietyper. KU vejer tungest hvad angår omtale på webkilder, landsdækkende dagblade, Fagblade og magasiner og Radio. AU derimod sidder lidt tungere på de regionale og lokale dagblade, lokale ugeaviser, dog deles TV stort set ligeligt.

AU: Benchmark - syv universiteters andel af omtalerne fordelt på mediernes geografi for februar 2016



*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Fremgangen i mængden af omtale for AU er primært landsdækkende, Region Midtjylland, men også i de resterende regioner. KU's fremgang er stort set overensstemmende med AU dog er AU's fremgang landsdækkende større end KU's. RUC har bl.a. fordoblet sin omtale i Region Midtjylland.

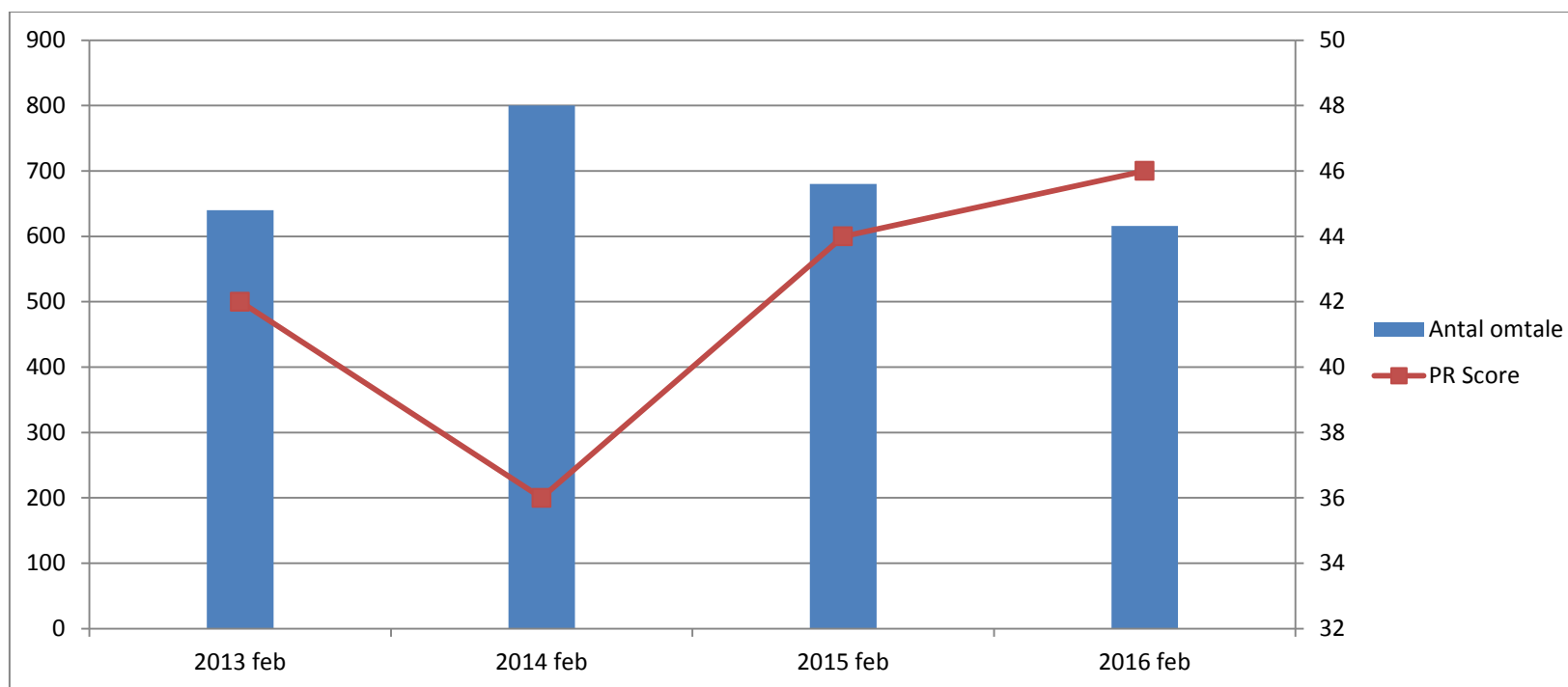
ARTS: MÅNEDSRAPPORT FEBRUAR 2016

ARTS: Antal omtaler, PR-score og bruttodækning

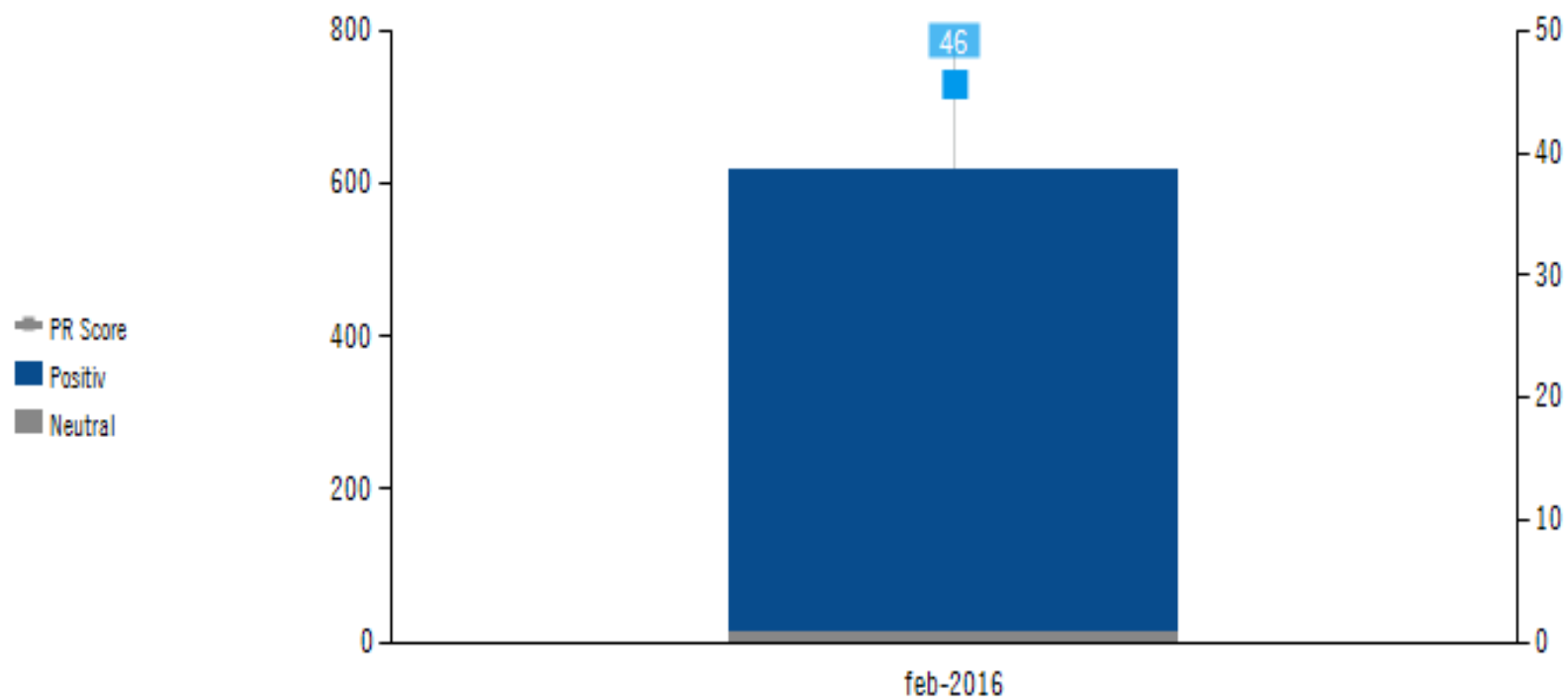
TID	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
feb-2016	616	46	84.625.787

*Særlig iagttagelser i forhold til forrige måned: Den samlede omtale er steget med 39 pct., PR Score er gået frem med +1. Dækningsgraden er forøget med 35 pct..

ARTS: Omtaler og gennemsnitlig PR Score for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



ARTS: Omtaler positiv/neutral/negativ for februar 2016



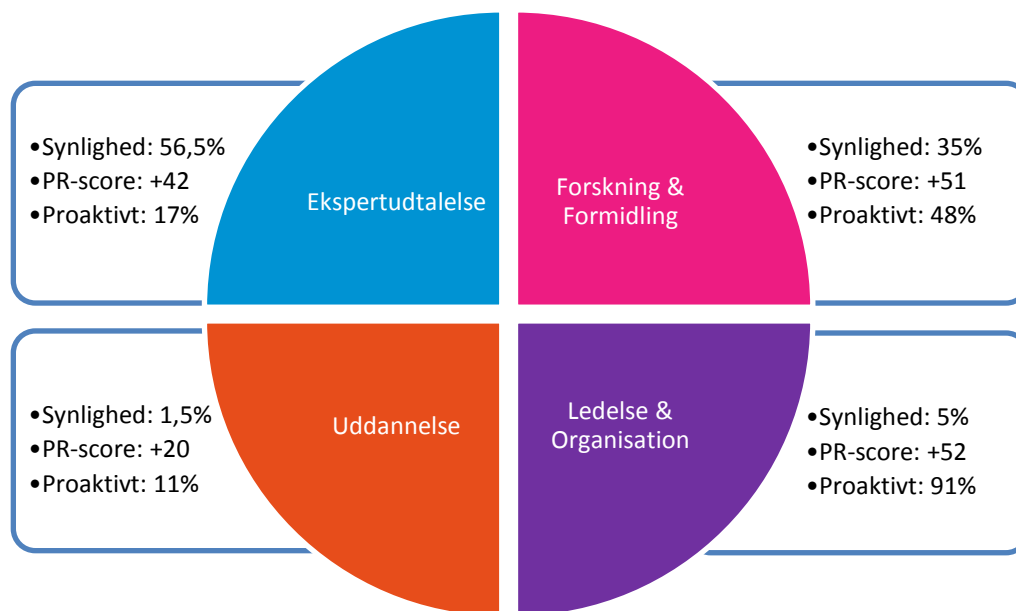
Omtale karakteriseret som:

Positiv udgør i alt 98 pct. af samlet omtale.

Neutral udgør i alt 2 pct. af samlet omtale.

Der er ingen negativ omtale.

ARTS: Kontekst – samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016**



**Kontekst:

Er en kvalificering af den samlede omtale i fire kategorier, som yderligere hægtes op på:

- Synlighed: Andel af samlet omtale
- PR Score: kvalitet og gennemslagskraft
- Proaktivt: andel af den samlede omtale, som er positiv og hvor AU styrer overskriften/hovedvinklen i omtalen
- Ekspert-udtalelser: siger noget om den del af omtalen som er initieret ude fra, dvs. skabt ved, at f.eks. journalisten kontakter forskeren for at få en udtalelse om en konkret sag
- Forskning & Formidling: siger noget om den del af omtalen som er selv-initieret, dvs. skabt ved, at proaktivt kommunikationsarbejde har gjort f.eks. journalisten bekendt med den nye viden, som bliver videreformidlet i artiklerne.
- Ledelse og Uddannelse er mere blandet. Her kan det lige så ofte være nogen/noget udefra, som skaber omtalen, som det kan være noget, AU har taget initiativ til.

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Ekspertudtalernes andel er steget med 8 pct., PR Score er gået ned med et point og proaktiviteten er steget med 4 pct.. Forskning & Formidling er faldet med 9 pct., PR Score er gået frem med +2 og proaktiviteten er faldet med 11 pct.. At Ledelse og Organisation har så høj en proaktivitet skyldes primært omtalen af direktør Jan Skamby Madsen, som forlader Moesgaard Museum med overskriften "Mr. Moesgaard forlader sit livsværk". Stigningen i Ekspertudtalelser skyldes især to emner – "Skolereformen" og "Lovforslag der gør det dyrere at se TV".

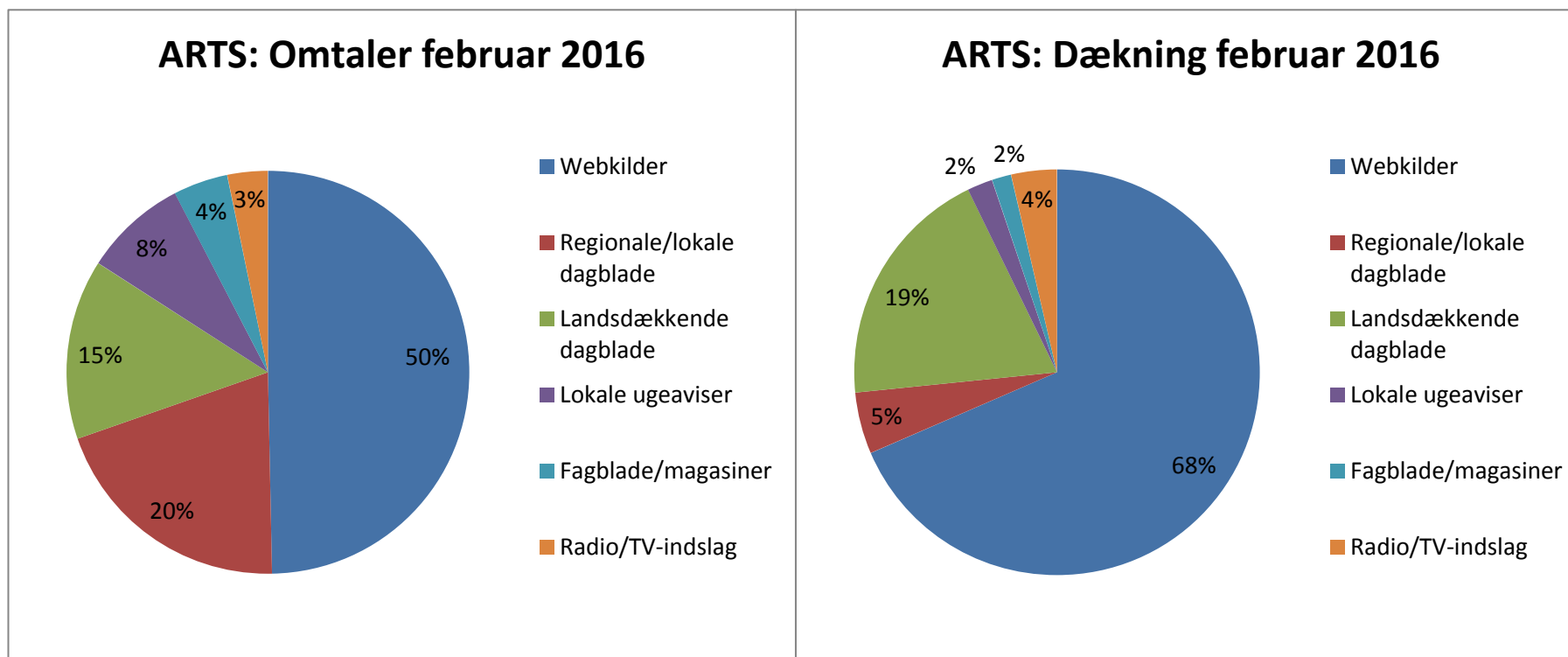
Den gennemsnitlige proaktivitet for den samlede mængde af omtale på ARTS var i februar 2016 på 33 pct.

ARTS: Omtale, PR Score og bruttotal fordelt på medietyper for februar 2016

KILDEGRUPPE	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Webkilder	306	47	57.962.863
Regionale og lokale dagblade	123	39	4.151.959
Landsdækkende dagblade	89	48	16.407.500
Lokale ugeaviser	51	47	1.711.763
Fagblade og magasiner	27	44	1.306.702
Radioindslag	13	47	683.000
TV-indslag	7	44	2.402.000
HOVEDTOTAL	616	46	84.625.787

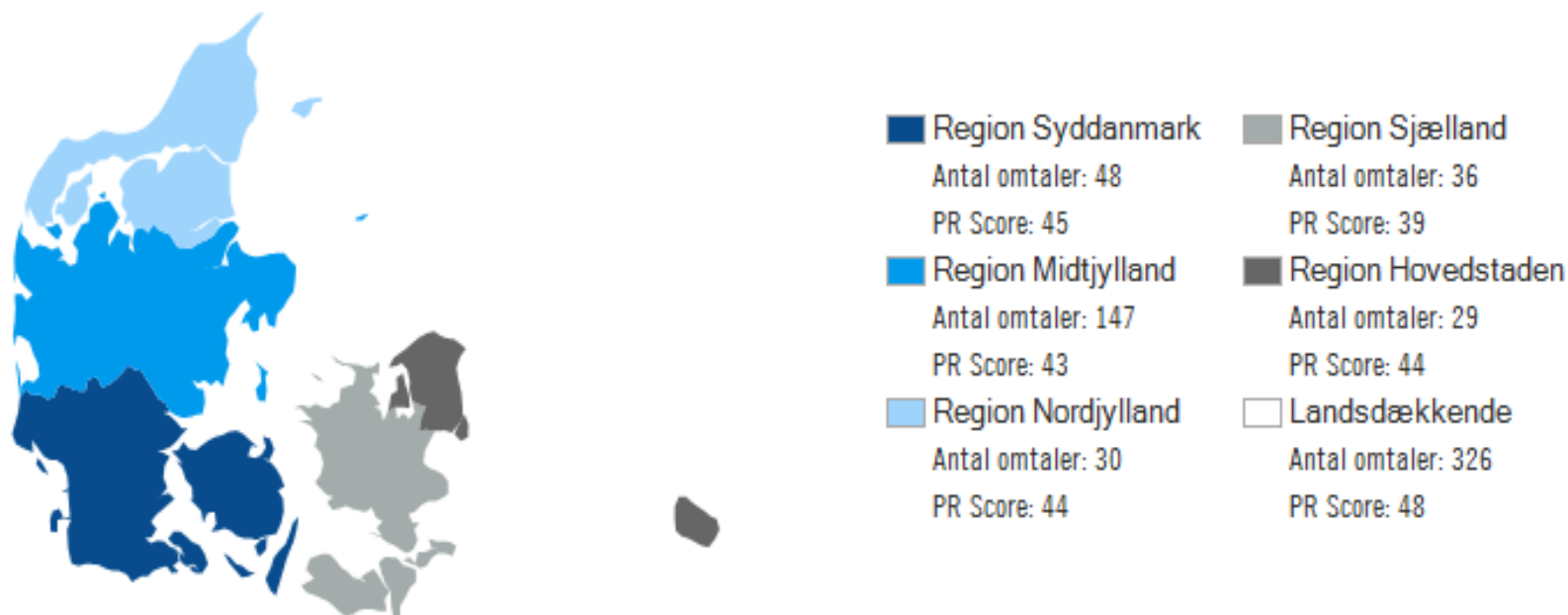
*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: fremgangen i mængden af omtale på 39 pct. ses primært på Webkilder, som er steget med over 110 pct. og PR Score er samtidig gået op med +4. Det er igen de tre gennemgående emner – Skolereform, Lovforslag om dyrere TV og Mr. Moesgaard – som trækker omtalen op på webkilder.

ARTS: Omtale og brutttotal fordelt på medietyper for februar 2016



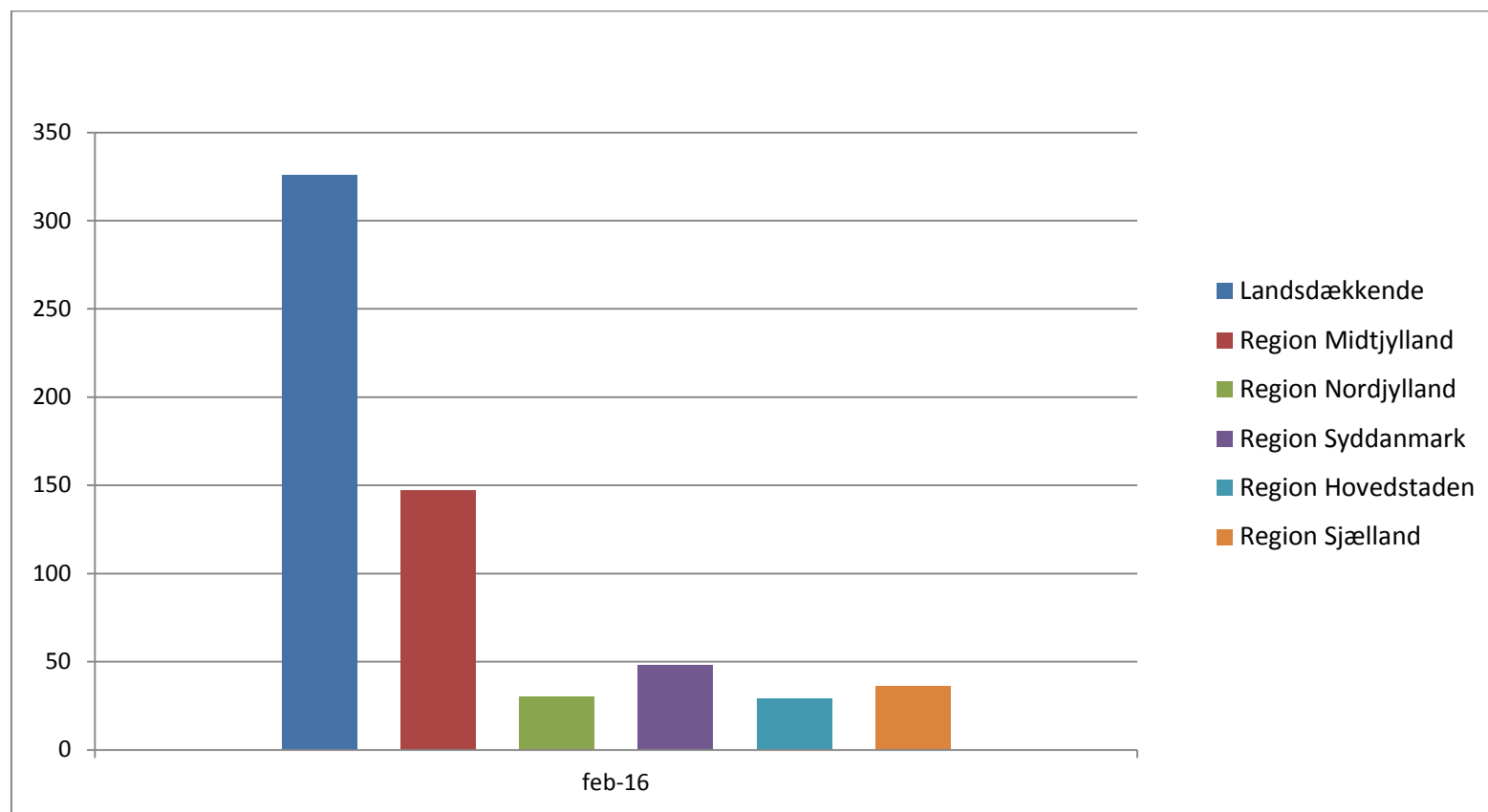
Ovenstående illustrerer meget godt den relativ store fremgang på Webkilder – andelen af den samlede omtale er steget med 18 pct., og dækningsgraden med 15 pct. ifht. forrige måned.

ARTS: Omtale og PR Score for februar 2016 fordelt på mediernes geografi



*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: fremgangen i mængden af omtale på 39 pct. er for hovedparten af omtalerne fordelt Landsdækkende og i Region Midtjylland med hhv. stigninger på 32 pct. og 67 pct.. PR Score for Landsdækkende er gået frem med +1, Region Midtjylland derimod har et fald på fem point.

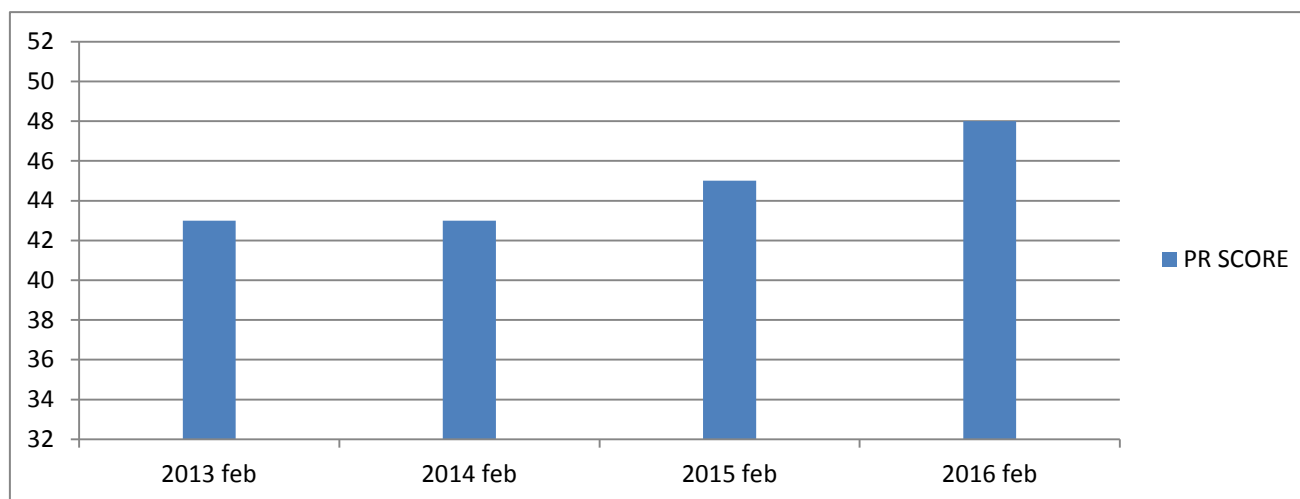
ARTS: Geografisk fordeling af omtaler for februar 2016



ARTS: Medier med flest omtaler for februar 2016

MEDIENAVN	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Kristeligt-Dagblad.dk	40	39	3.691.640
Kristeligt Dagblad	28	49	2.744.000
Jp.dk (Jyllands-Posten) (Abonnementsområde)	21	45	175.791
JP.dk (Jyllands-Posten)	21	50	8.507.625
Jyllands-Posten	17	50	4.199.000
DR.dk	15	50	14.854.995
Århus Stiftstidende	15	51	510.000
Berlingske	13	48	2.444.000
Politiken	13	48	4.082.000
B.dk	12	54	3.541.104
Information.dk (Abonnementsområde)	11	45	29.920
Tidende.dk	11	47	330.000
Stiften.dk (Århus Stiftstidende)	11	48	129.877

ARTS: Gennemsnitlig PR Score for top 15 medier for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015

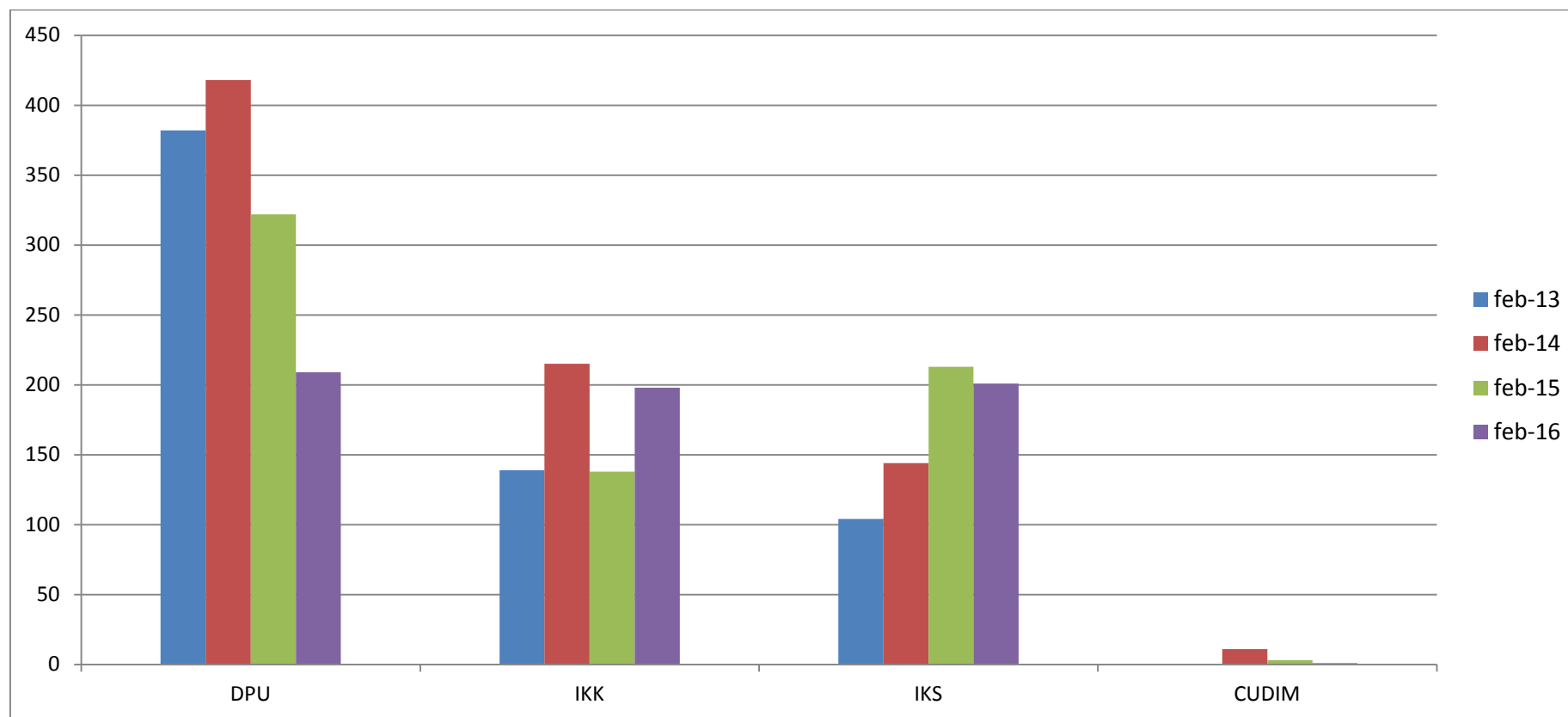


ARTS: Omtaler, bruttodækning og PR-score fordelt på institutter for februar 2016

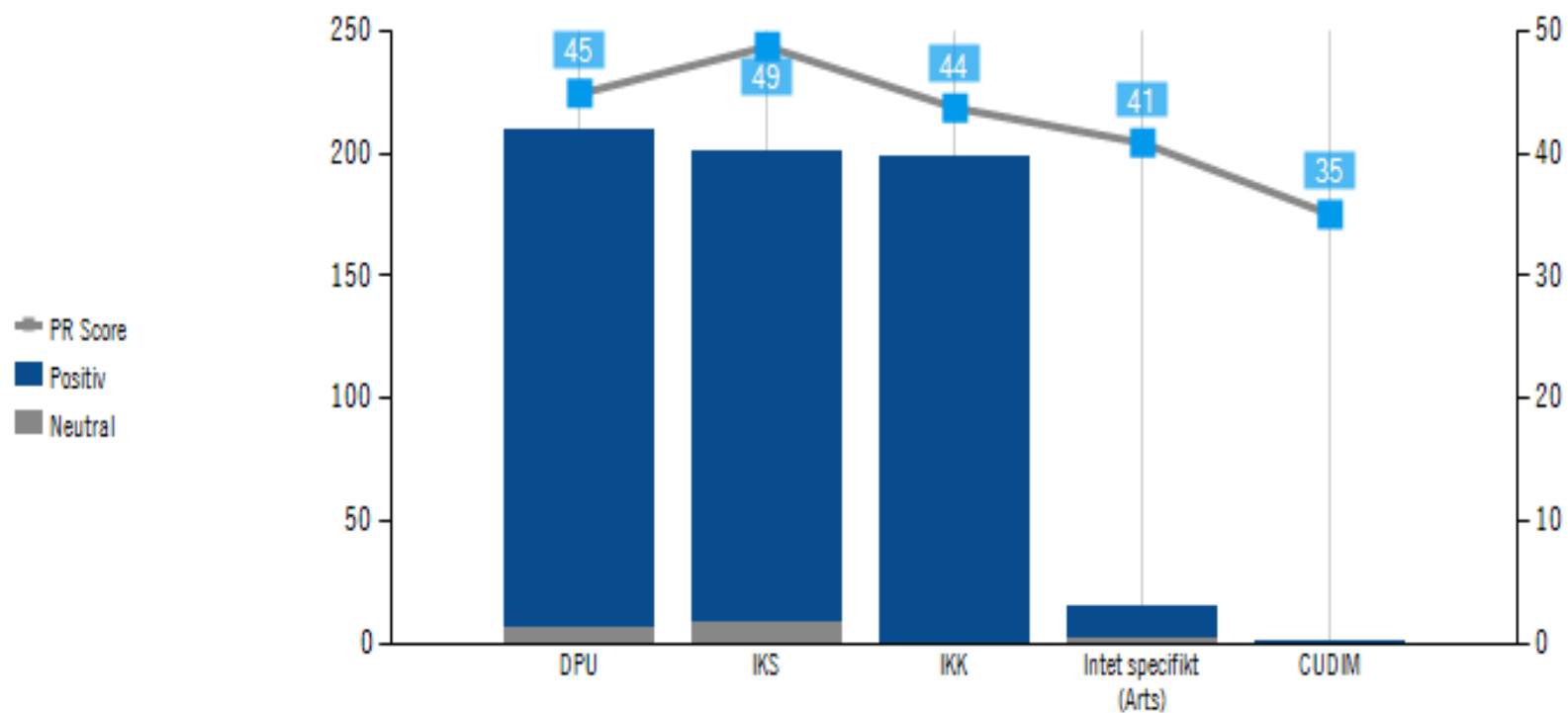
EMNE	ANTAL OMTALER	BRUTTODÆKNING	PR SCORE
CUDIM	1	23.632	35
DPU	209	23.562.123	45
IKK	198	31.165.641	44
IKS	201	30.252.139	49
Intet specifikt (Arts)	15	1.203.800	41
HOVEDTOTAL	616	84.625.787	46

Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: DPU, IKK og IKS er omtalemæssigt gået frem med hhv. 36 pct. (PR Score op med +1), 52 pct. (PR Score uændret) og 27 pct. (PR Score uændret).

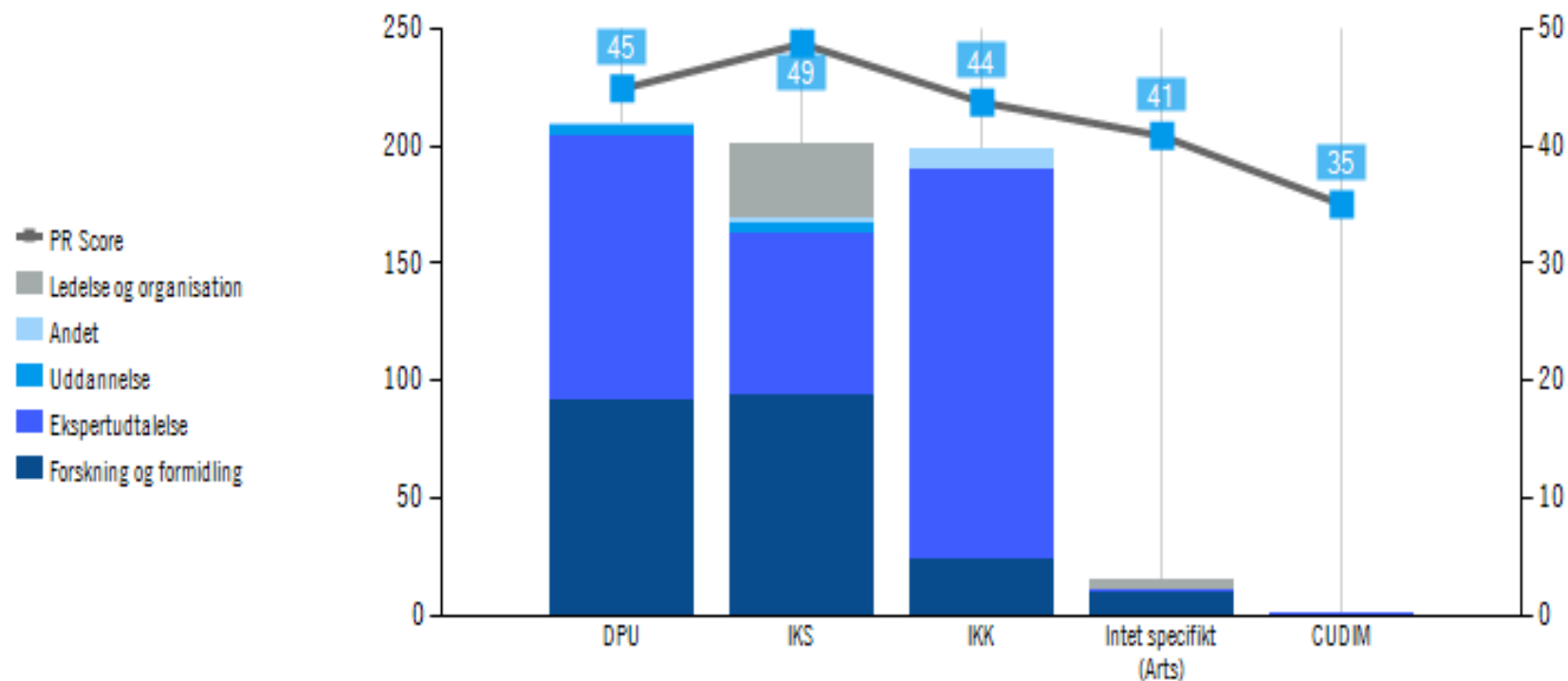
ARTS: Omtale fordelt på institutter for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



ARTS: Omtaler på institutniveau – positiv/neutral/negativ og PR Score for februar 2016



ARTS: Kontekst institutter – andel af samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016



Der er mulighed for at få udarbejdet særkørsler på institutniveau efter behov. Det kan f.eks. være udviklingen i omtale og PR Score måned for måned, fordelingen på medier, medietyper eller geografi, Konteksten fordelt på institutter eller sammenligninger med 2013, 2014 og 2015 eller opfølgning på udvalgte cases.

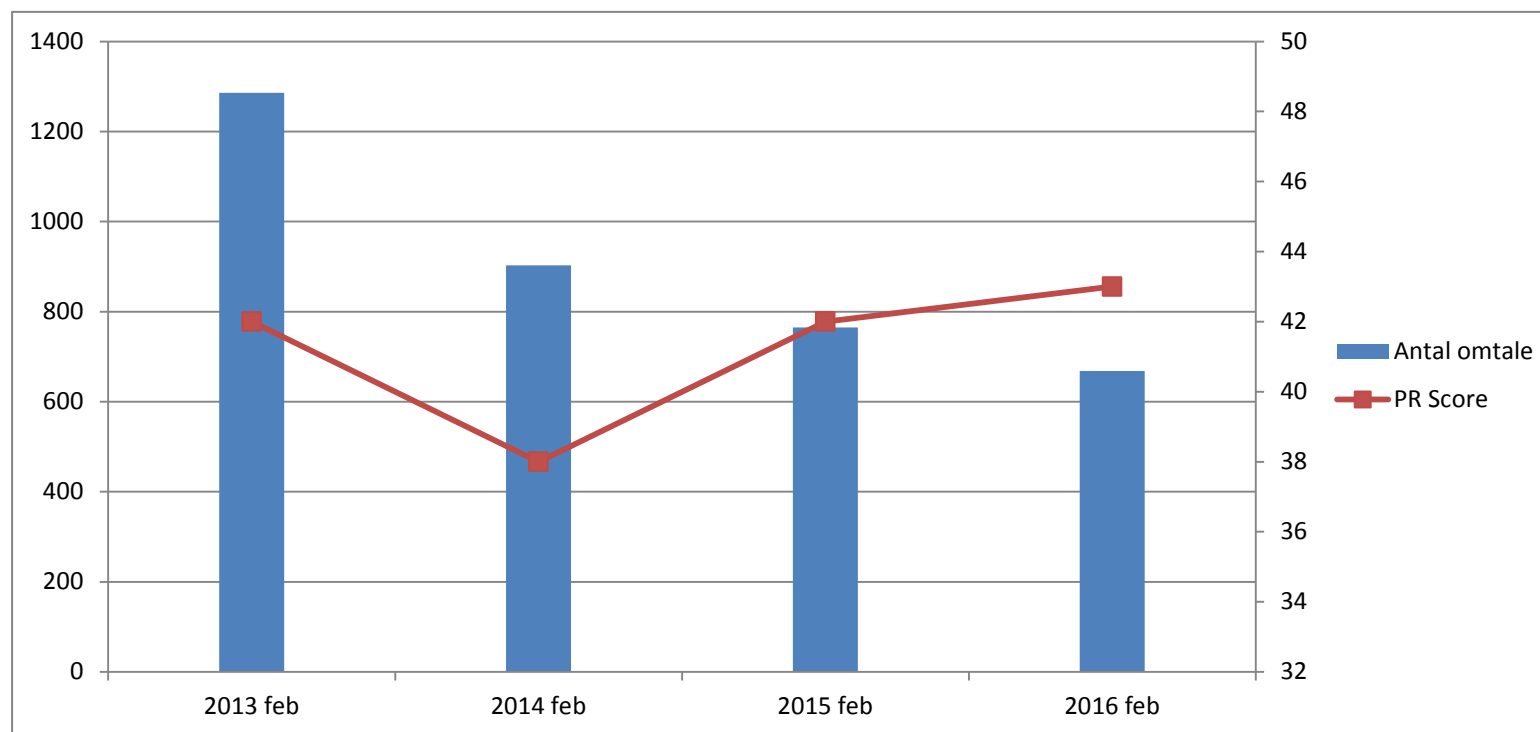
AARHUS BSS: MÅNEDSRAPPORT FEBRUAR 2016

AARHUS BSS: Antal omtaler, PR-score og bruttodækning

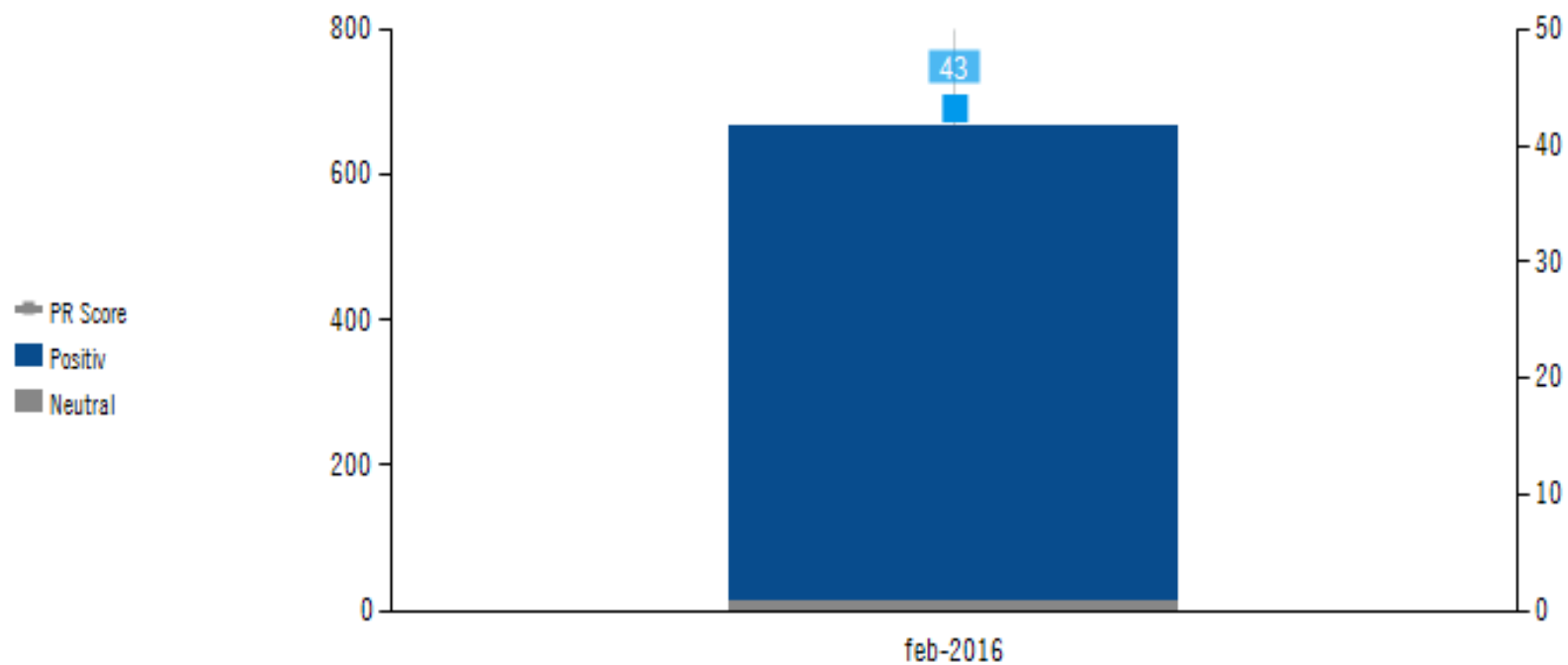
TID	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
feb-2016	668	43	103.621.152

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Mængden af omtale er gået frem med 26 pct., PR Score er gået et point ned. Dækningsgraden er forøget med 19 pct..

AARHUS BSS: Omtaler og gennemsnitlig PR Score for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



AARHUS BSS: Omtaler positiv/neutral/negativ for februar 2016



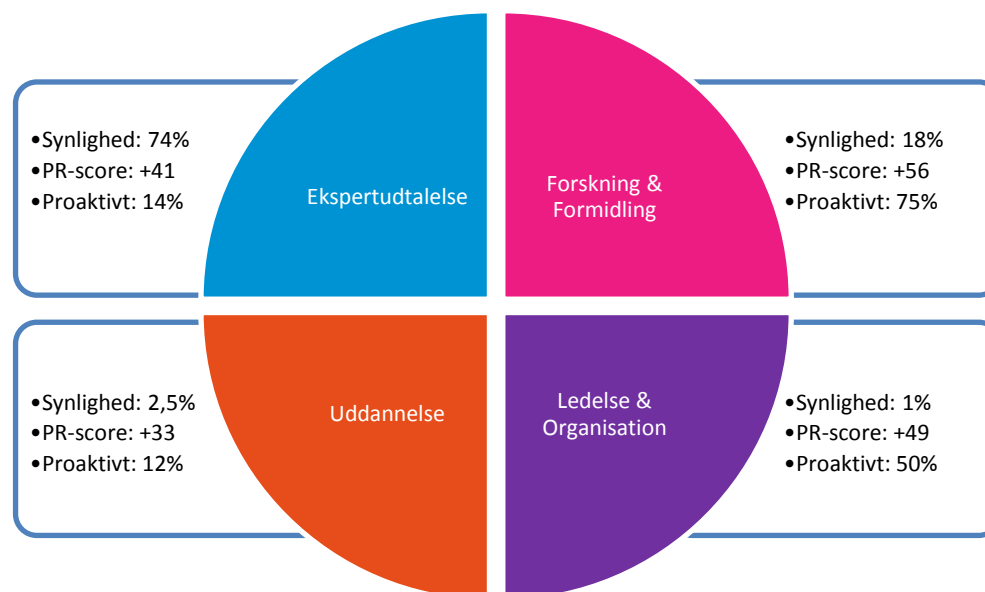
Omtale karakteriseret som:

Positiv udgør i alt 98 pct. af samlet omtale.

Neutral udgør i alt 2 pct. af samlet omtale.

Der er ingen negativ omtale.

AARHUS BSS: Kontekst – samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016**



*Særlige iagttagelser: Ekspertudtalernes andel af omtalen er faldet med 2 pct., PR Score er gået ned med to point og proaktiviteten er faldet med 11 pct.. Forskning og Formidling er faldet med 3 pct., PR Score er gået op med +8 og proaktiviteten steget med 29 pct.. Topsagen i denne måned om "Landbrugspakken" har også sat sit aftryk under Ekspertudtalelser med overskrifter som fx "Ekspertter afviser juridisk vurdering af landbrugspakken". Uddannelse har mindre stigninger på samtlige parametre som primært skyldes den daværende Uddannelses- og Forskningsministers besøg i Herning.

Den gennemsnitlige proaktivitet for den samlede mængde af omtale på AARHUS BSS var i februar 2016 på 30 pct.

**Kontekst:

Er en kvalificering af den samlede omtale i fire kategorier, som yderligere hægtes op på:

- Synlighed: Andel af samlet omtale

- PR Score: kvalitet og gennemslagskraft

- Proaktivt: andel af den samlede omtale, som er positiv og hvor AU styrer overskriften/hovedvinklen i omtalen

- Ekspert-udtalelser: siger noget om den del af omtalen som er initieret ude fra, dvs. skabt ved, at f.eks. journalisten kontakter forskeren for at få en udtalelse om en konkret sag

- Forskning & Formidling: siger noget om den del af omtalen som er selv-initieret, dvs. skabt ved, at proaktivt kommunikationsarbejde har gjort f.eks. journalisten bekendt med den nye viden, som bliver videreformidlet i artiklerne.

- Ledelse og Uddannelse er mere blandet. Her kan det lige så ofte være nogen/noget udefra, som skaber omtalen, som det kan være noget, AU har taget initiativ til.

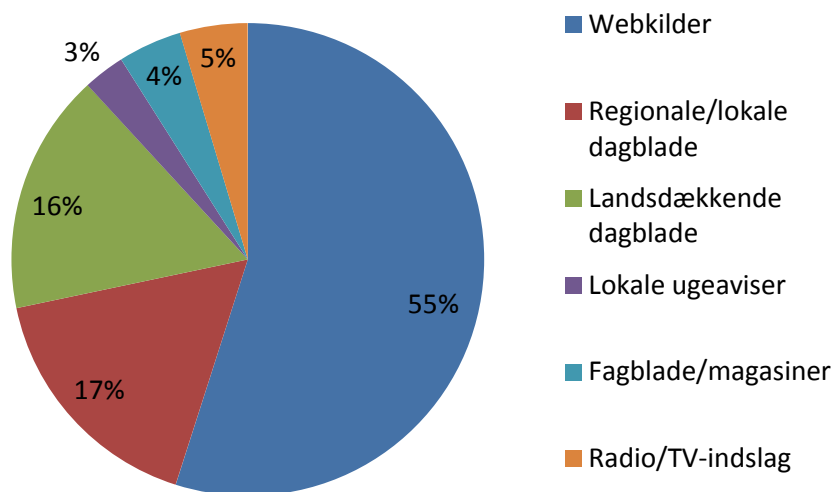
AARHUS BSS: Omtale, PR Score og bruttotal fordelt på medietyper for februar 2016

KILDEGRUPPE	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Webkilder	367	43	67.805.005
Regionale og lokale dagblade	112	39	5.123.500
Landsdækkende dagblade	110	46	21.101.000
Fagblade og magasiner	29	48	3.564.722
Radioindslag	22	45	2.508.000
Lokale ugeaviser	19	49	711.925
TV-indslag	9	40	2.807.000
HOVEDTOTAL	668	43	103.621.152

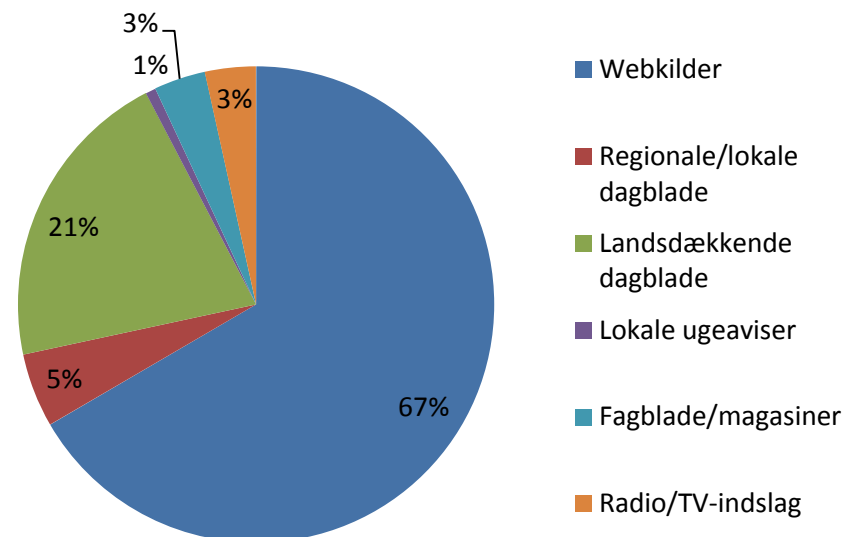
*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Fremgangen i omtale på 26 pct. fordeler sig for hovedpartens vedkommende på Webkilder, som er gået frem med 24 pct., dog er PR Score faldet med to point. Landsdækkende dagblade og Fagblade og magasiner er også gået frem med hhv. 40 pct. 70 pct.. PR Score for Landsdækkende er faldet med to point og gået frem med +2 for Fagblade og magasiners vedkommende.

AARHUS BSS: Omtale og brutttotal fordelt på medietyper for februar 2016

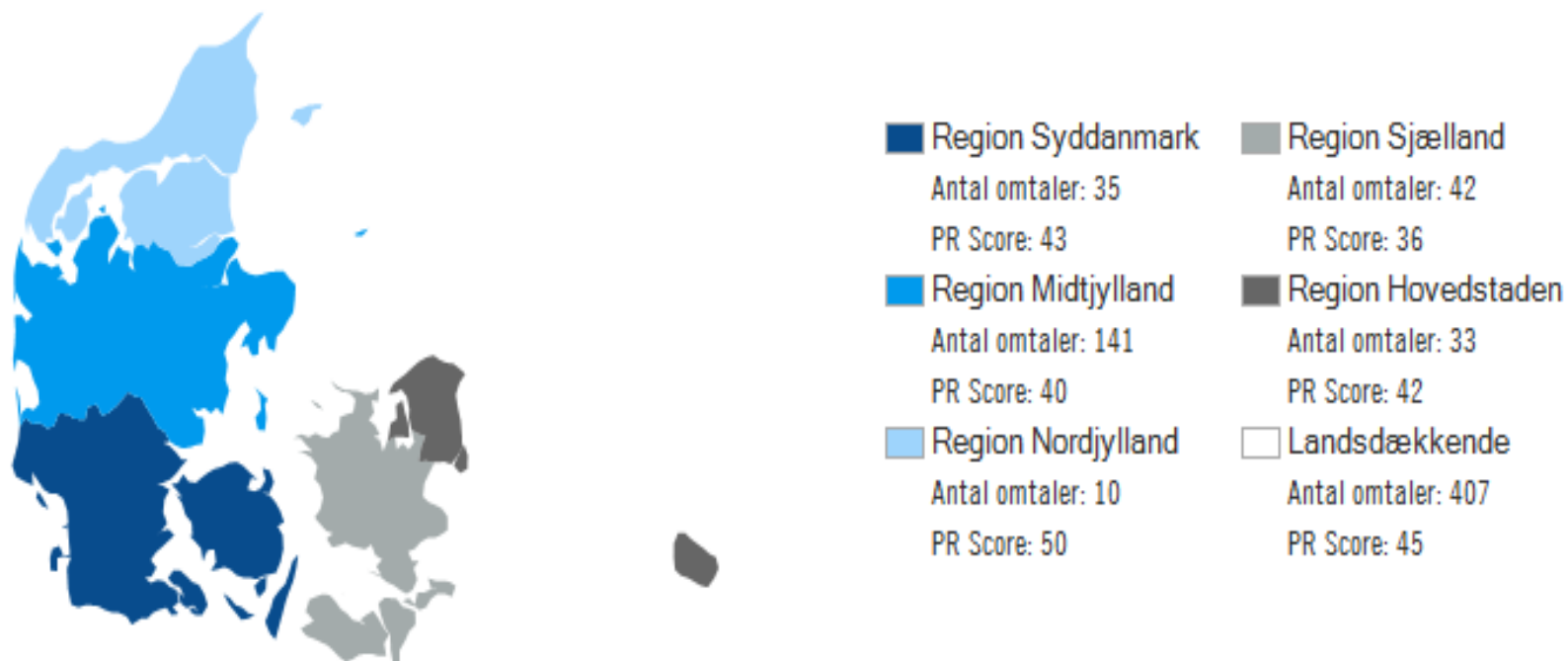
AARHUS BSS: Omtaler jan. 2016



AARHUS BSS: dækning jan. 2016

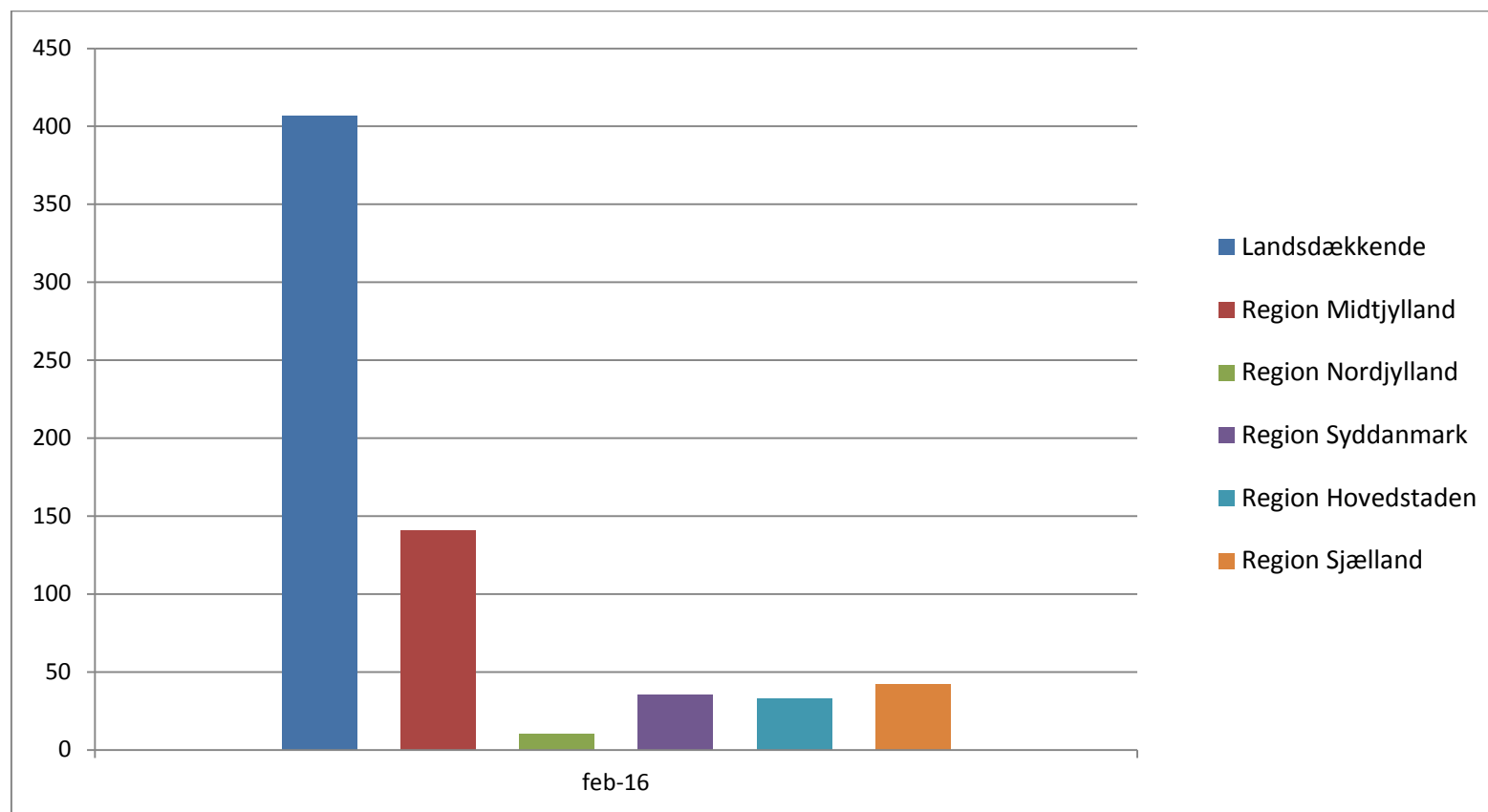


AARHUS BSS: Omtale og PR Score for februar 2016 fordelt på mediernes geografi



*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: fremgangen i omtale på 26 pct. afspejler sig primært Landsdækkende og i Region Midtjylland med hhv. 23 pct. og 78 pct.. PR Score Landsdækkende er faldet med to point og for det midtjyskes vedkommende er den uændret.

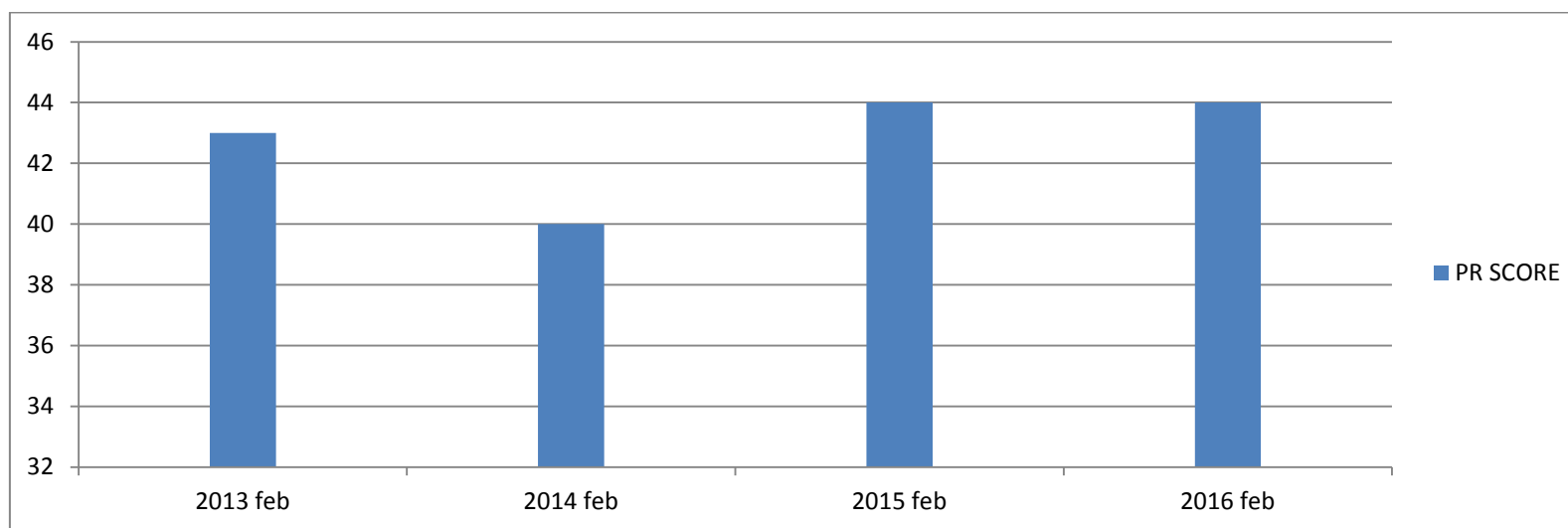
AARHUS BSS: Geografisk fordeling af omtaler for februar 2016



AARHUS BSS: Medier med flest omtaler for februar 2016

MEDIENAVN	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Jp.dk (Jyllands-Posten) (Abonnementsområde)	23	41	192.533
Jyllands-Posten	23	47	5.681.000
JP.dk (Jyllands-Posten)	22	45	8.912.750
Kristeligt-Dagblad.dk	18	42	1.661.238
Finans.dk	18	40	4.254.966
Politiken	17	50	5.338.000
Børsen.dk (Abonnementsområde)	17	40	59.925
Tidende.dk	16	39	480.000
Børsen	15	45	2.265.000
Århus Stiftstidende	14	42	476.000
BT.dk	13	49	10.010.715
Politiken.dk	13	43	7.783.893
DR.dk	12	49	11.883.996

AARHUS BSS: Gennemsnitlig PR Score for top 15 medier for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015

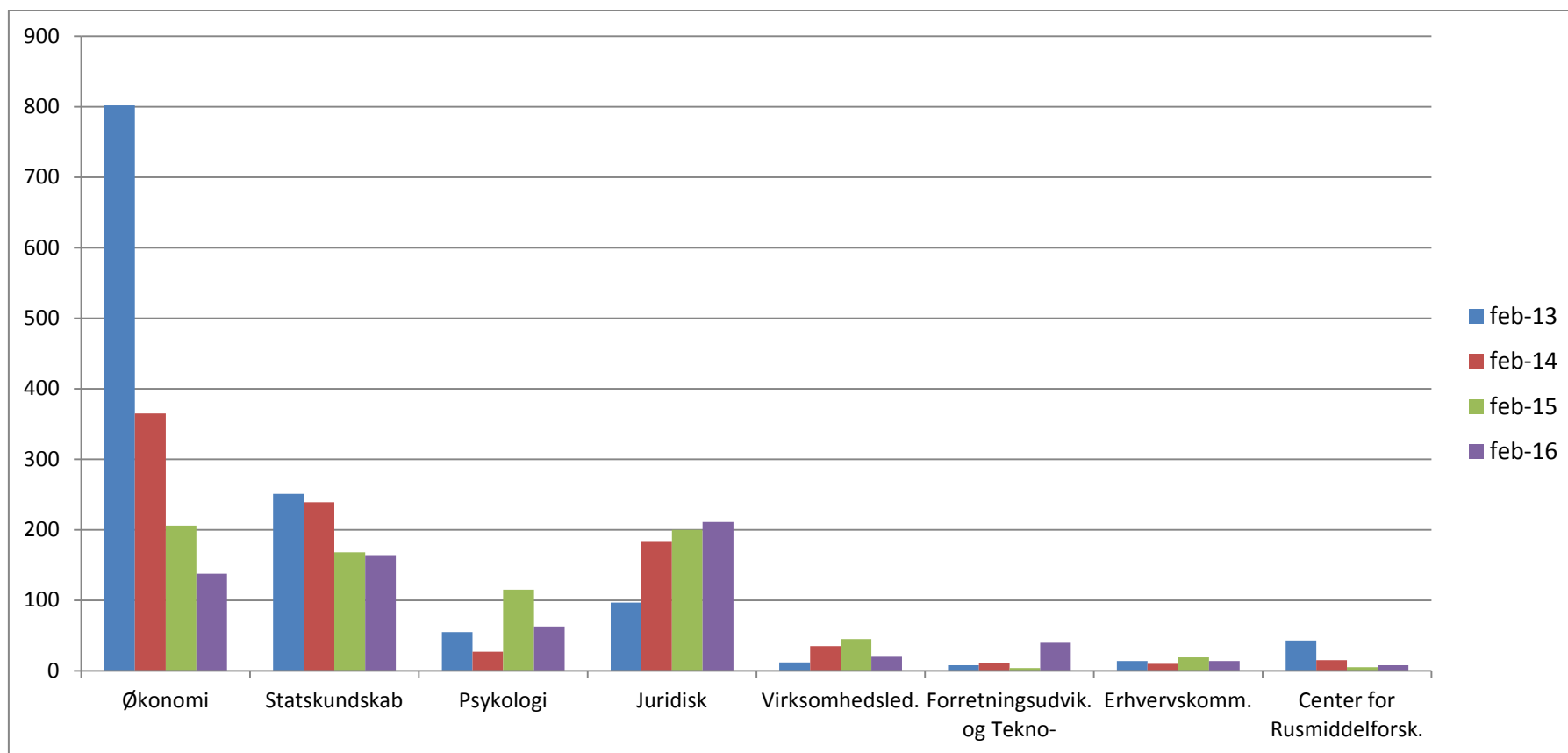


AARHUS BSS: Omtaler, bruttodækning og PR-score fordelt på institutter for februar 2016

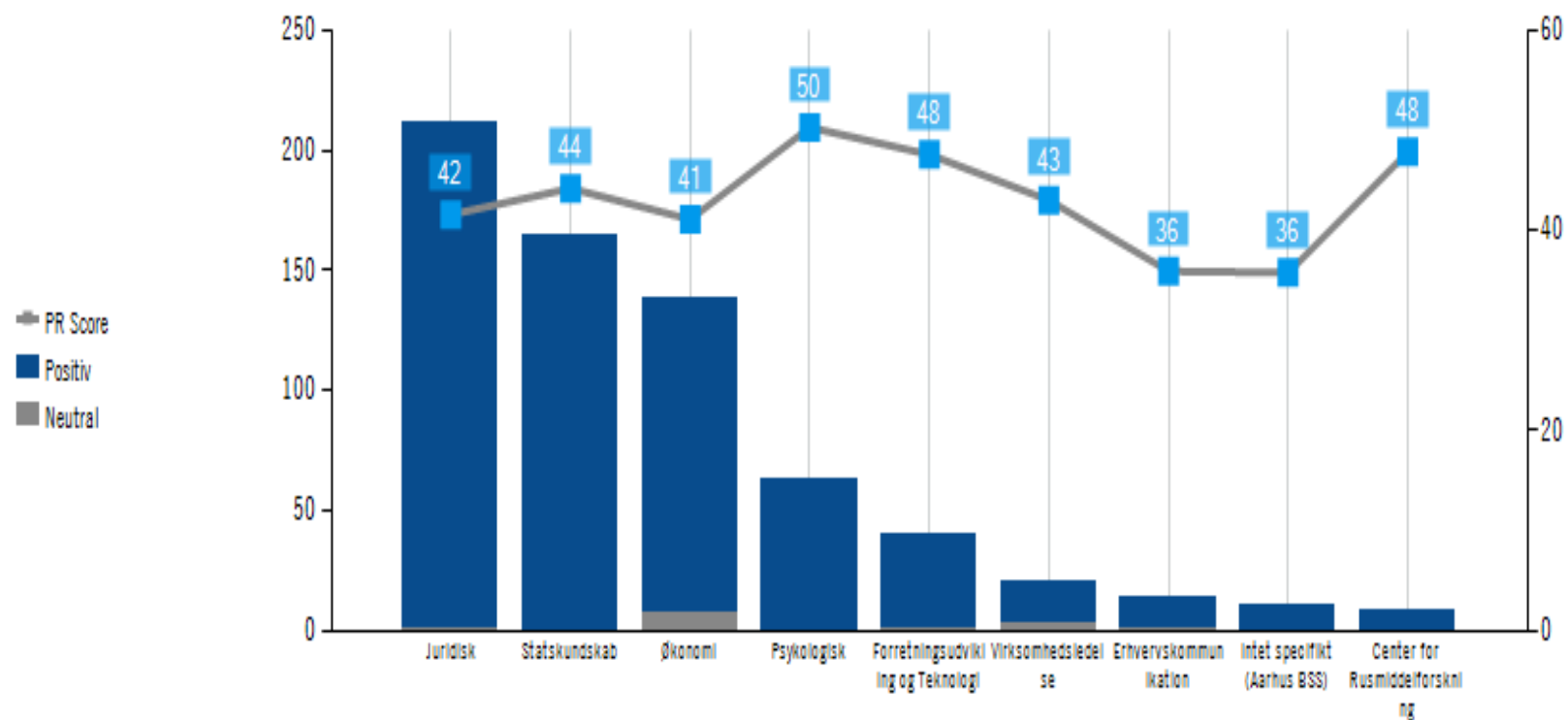
EMNE	ANTAL OMTALER	BRUTTODÆKNING	PR SCORE
Center for Rusmiddelforskning	8	1.277.481	48
Erhvervskommunikation	14	2.529.147	36
Forretningsudvikling og Teknologi	40	3.099.534	48
Intet specifikt (Aarhus BSS)	10	1.255.320	36
Juridisk	211	33.512.826	42
Psykologisk	63	11.977.588	50
Statskundskab	164	25.049.394	44
Virksomhedsledelse	20	2.559.624	43
Økonomi	138	22.360.238	41
HOVEDTOTAL	668	103.621.152	43

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: denne måneds fremgang i mængden af omtale fordeler sig ud over de fleste institutter på nær Statskundskab som har et fald på 9 pct. og Økonomi som stort set er uændret. Størstedelen af omtalen lander på Juridisk (med 80 pct.) hvilket skyldes primært emnerne "Danske soldater stoppede ikke fange-vold i Irak", "Landbrugspakken" og "Flytning af unge flygtninge strider med konvention". Forretningsudvikling og Teknologi har en fremgang på over 200 pct., som kan tillægges "Ny chef i Karup lufthavn", " Danske ledere forsømmer innovation" og " Ministerbesøg i Herning". Psykologi har for tredje måned i træk fremgang i omtale, hvilket er 10 pct..

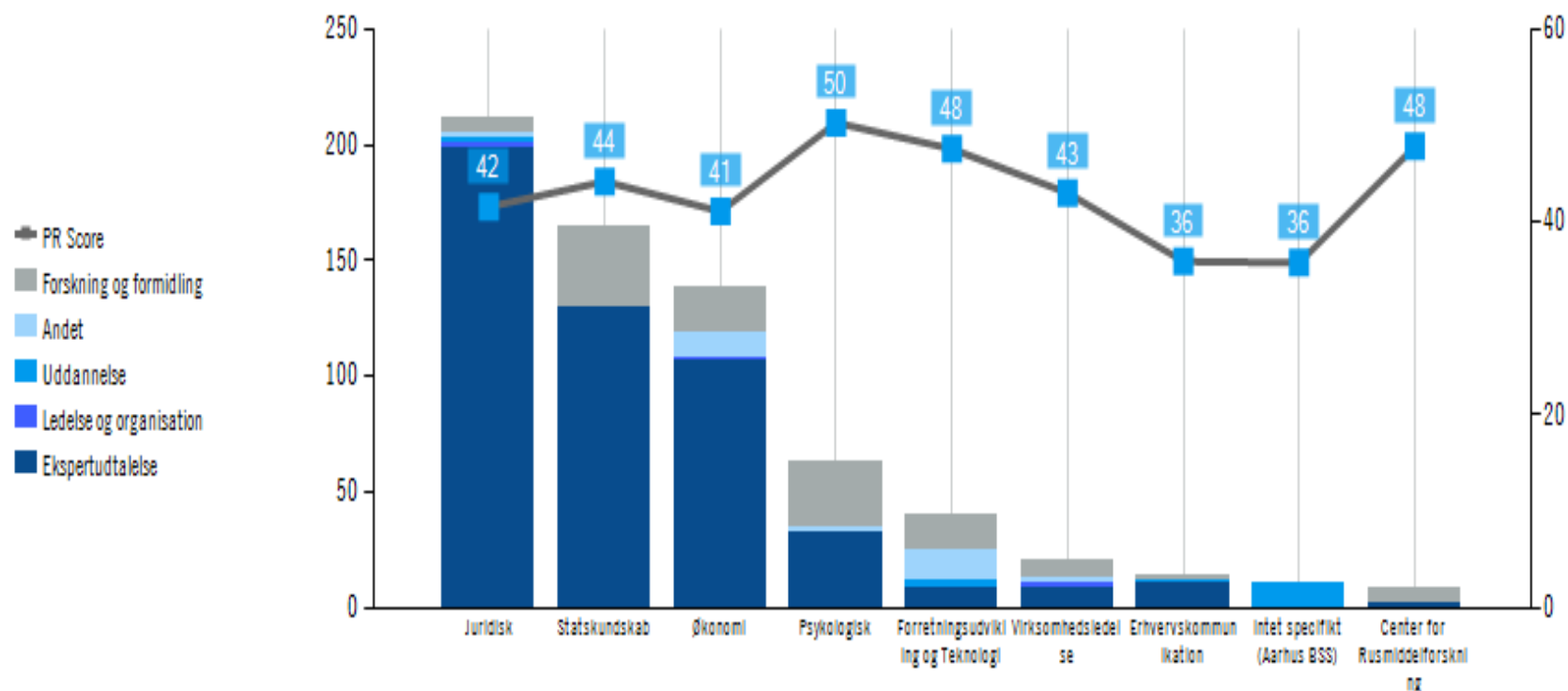
AARHUS BSS: Omtale fordelt på institutter for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



AARHUS BSS: Omtaler på institutniveau – positiv/neutral/negativ for februar 2016



AARHUS BSS: Kontekst institutter – andel af samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016



Der er mulighed for at få udarbejdet særkørsler på institutniveau efter behov. Det kan f.eks. være udviklingen i omtale og PR Score måned for måned, fordelingen på medier, medietyper eller geografi, Konteksten fordelt på institutter eller sammenligninger med 2013, 2014 og 2015 eller opfølgning på udvalgte cases.

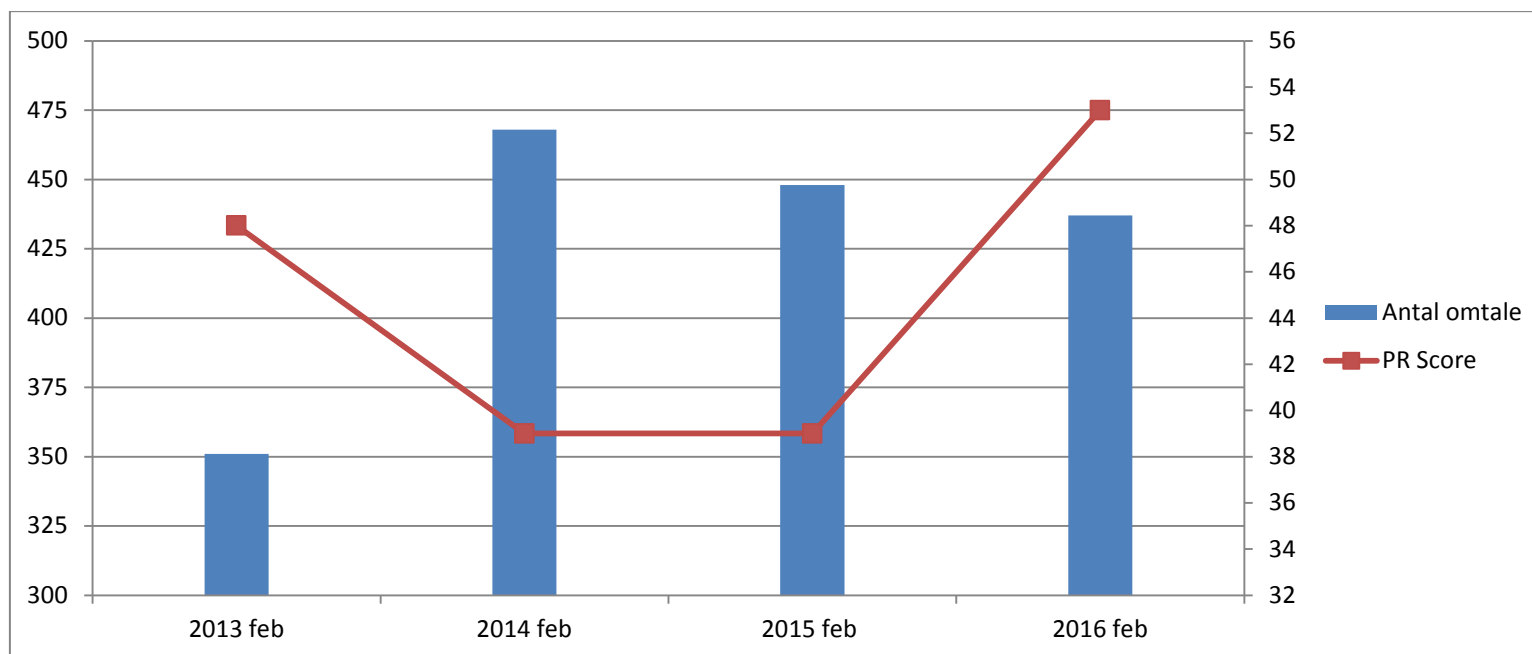
HEALTH: MÅNEDSRAPPORT FEBRUAR 2016

Antal omtaler, PR-score og bruttodækning

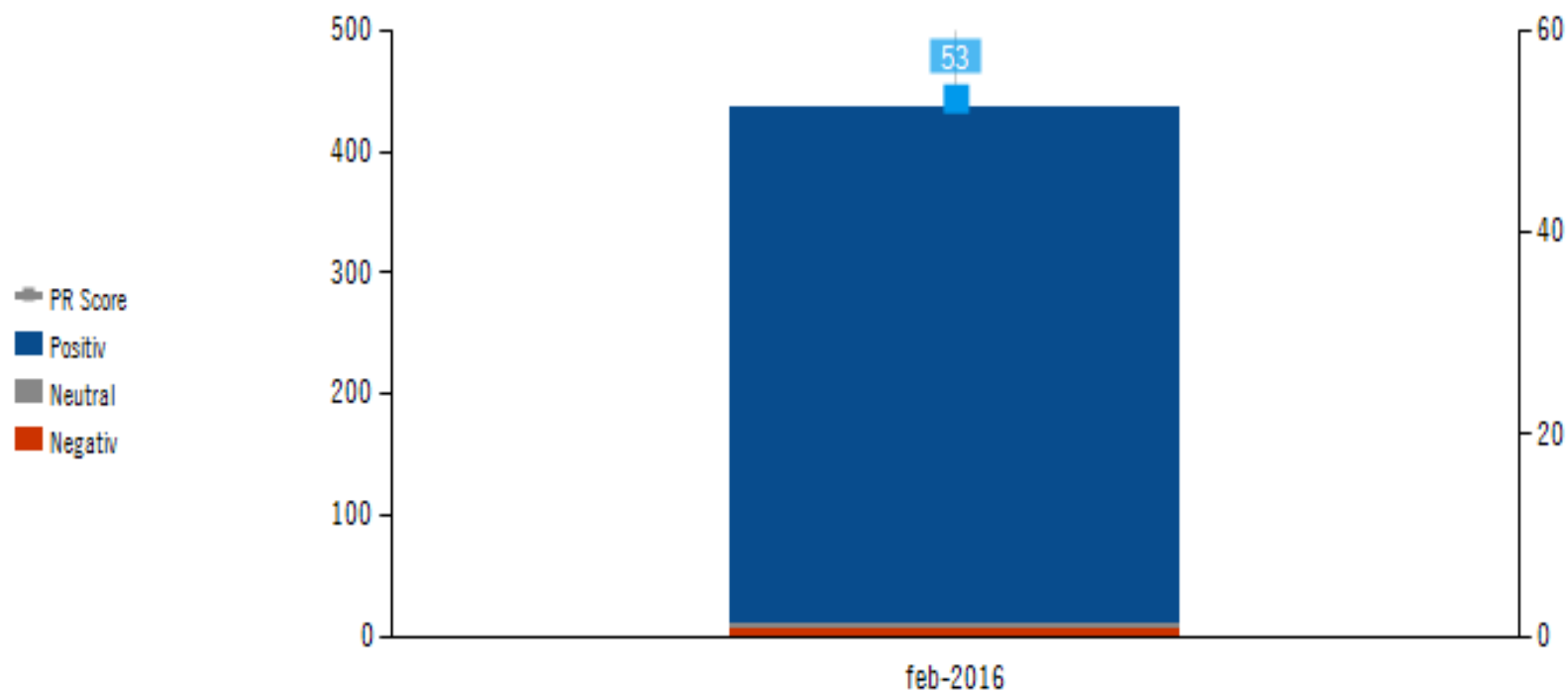
TID	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
feb-2016	437	53	58.347.117

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Den samlede mængde af omtale er faldet med 20 pct.. PR Score er faldet med to point samt dækningsgraden er faldet med 23,5 pct.. Taget gennemsnittet for al omtale i 2015 på 411 i betragtning, ligger omtalen i februar, trods tilbagegangen i omtale, et godt stykke over gennemsnittet for 2015.

HEALTH: Omtaler og gennemsnitlig PR Score for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



HEALTH: Omtaler positiv/neutral/negativ for februar 2016



Omtale karakteriseret som:

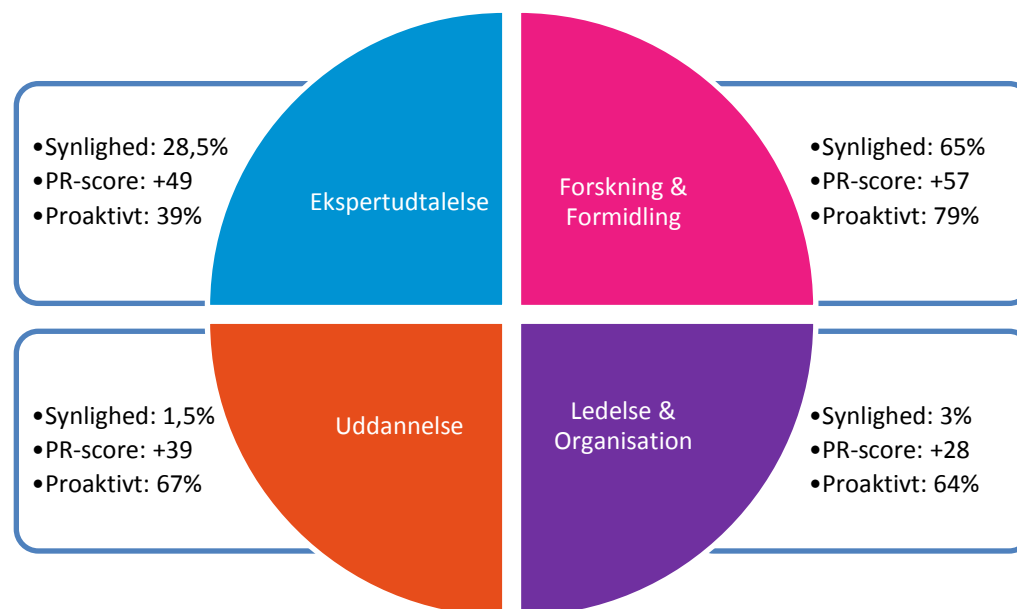
Positiv udgør i alt 98 pct. af samlet omtale.

Neutral udgør i alt 1 pct. af samlet omtale.

Negativ udgør i alt 1 pct. af samlet omtale.

Negativ omtale, hvilket er 4, knytter sig alle til omtalen i forbindelse med placeringen af børnehjertekirurgi, fx på JP.dk "Skejby Sygehus har givet forkerte oplysninger i kampen om hjertebørn".

HEALTH: Kontekst – samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016**



**Kontekst:

Er en kvalificering af den samlede omtale i fire kategorier, som yderligere hægtes op på:

- Synlighed: Andel af samlet omtale
- PR Score: kvalitet og gennemslagskraft
- Proaktivt: andel af den samlede omtale, som er positiv og hvor AU styrer overskriften/hovedvinklen i omtalen
- Ekspert-udtalelser: siger noget om den del af omtalen som er initieret ude fra, dvs. skabt ved, at f.eks. journalisten kontakter forskeren for at få en udtalelse om en konkret sag
- Forskning & Formidling: siger noget om den del af omtalen som er selv-initieret, dvs. skabt ved, at proaktivt kommunikationsarbejde har gjort f.eks. journalisten bekendt med den nye viden, som bliver videreformidlet i artiklerne.
- Ledelse og Uddannelse er mere blandet. Her kan det lige så ofte være nogen/noget udefra, som skaber omtalen, som det kan være noget, AU har taget initiativ til.

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Ekspertudtalernes andel er faldet med 9,5 pct., PR Score er gået op med +2 og proaktivitet er steget med 9 pct.. Forskning & Formidlings andel af omtalen er gået op med 11 pct., PR Score gået ned med to point og proaktiviteten har en nedgang på 3 pct.. At proaktiviteten er steget trods nedgang i Ekspertudtalelser skyldes især zikavirus, og fremgangen i omtale i Forskning & Formidling kan især bindes op på "influenza narrer kroppens selvforsvar". Overordnet set indikerer ovenstående, at den samlede omtale, og i særdeleshed den faglige formidling, er af høj kvalitet, har gennemslagskraft og den høje proaktivitet viser, at der sættes overskrifter/styres hovedvinkler i omtalen.

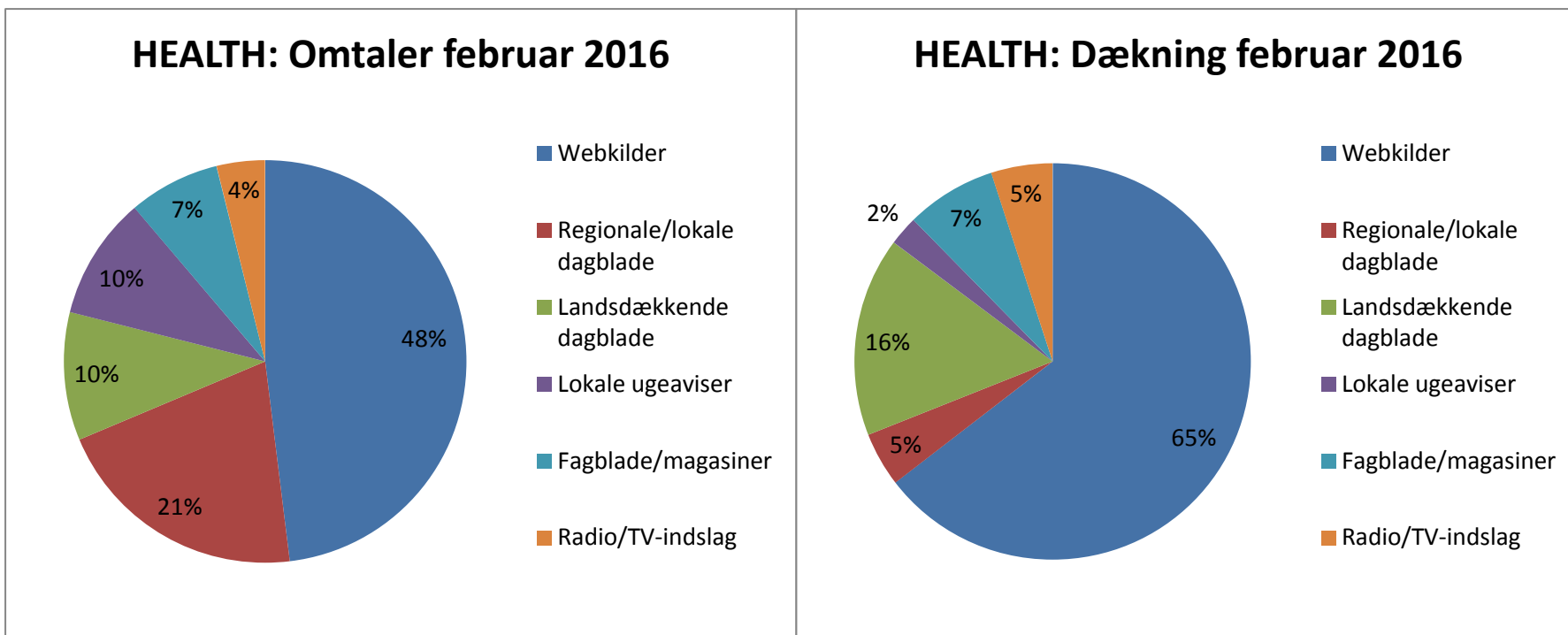
Den gennemsnitlige proaktivitet for den samlede mængde af omtale på HEALTH var i februar 2016 på 66 pct.

HEALTH: Omtale og bruttotal fordelt på medietyper for februar 2016

KILDEGRUPPE	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Webkilder	210	52	37.661.156
Regionale og lokale dagblade	90	52	2.589.074
Landsdækkende dagblade	45	57	9.481.000
Lokale ugeaviser	43	57	1.391.954
Fagblade og magasiner	32	53	4.303.933
Radioindslag	11	49	1.163.000
TV-indslag	6	47	1.757.000
HOVEDTOTAL	437	53	58.347.117

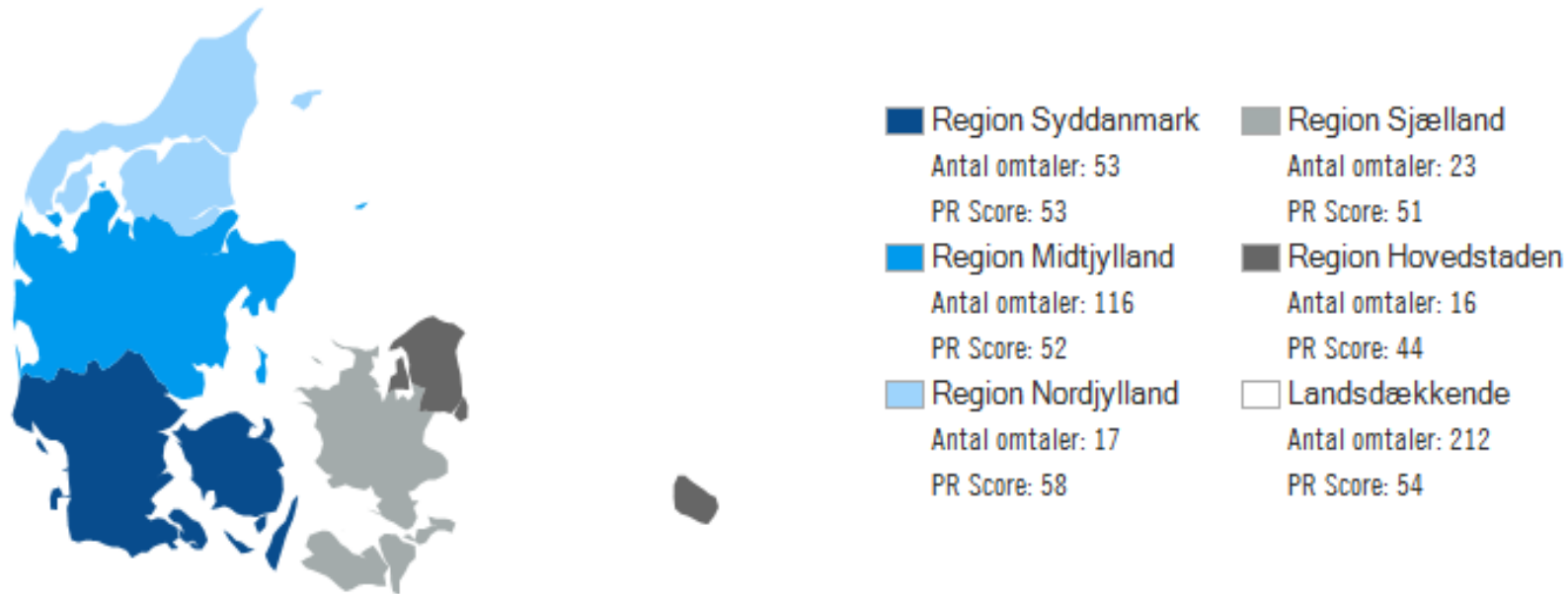
*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: nedgangen i mængden af omtale ses primært på Webkilder, Regionale og lokale dagblade og Landsdækkende dagblade hhv. 25 pct., 24 pct. og 26 pct.. Lokale ugeaviser har en fremgang på 79 pct..

HEALTH: Omtale og brutttotal fordelt på medietyper for februar 2016



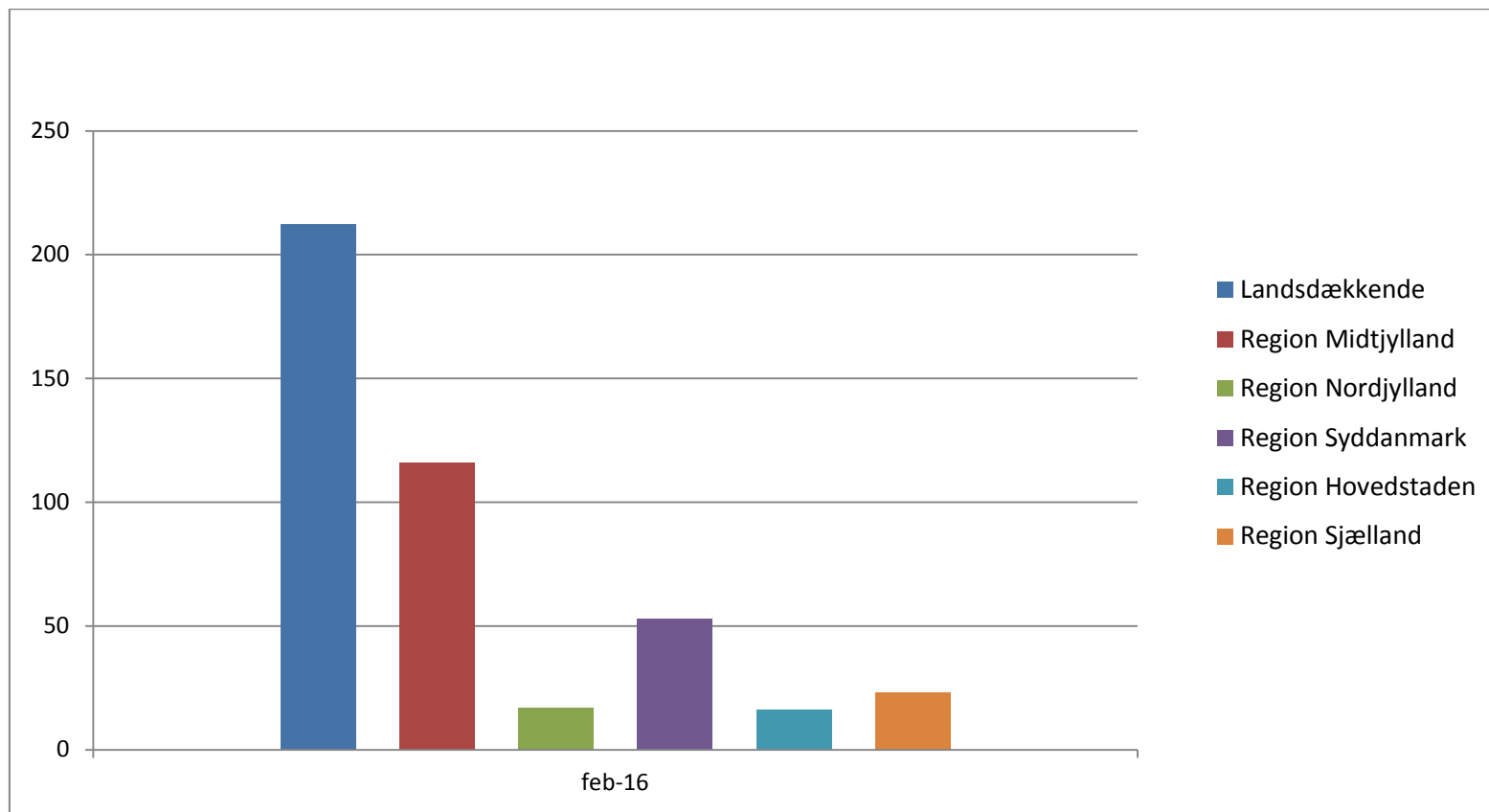
*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: trods Webkilders tilbagegang i omtale er dækningsgradens andel af den samlede omtale for webkilders vedkommende forøget med 2 pct..

HEALTH: Omtale og PR Score for februar 2016 fordelt på mediernes geografi



*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Mængden og fordelingen af faldet i omtale på 20 pct. ses primært på Landsdækkende medier, som er gået tilbage med 28 pct.. R Score forbliver stort set uændret med enkelte små variationer regionerne i mellem.

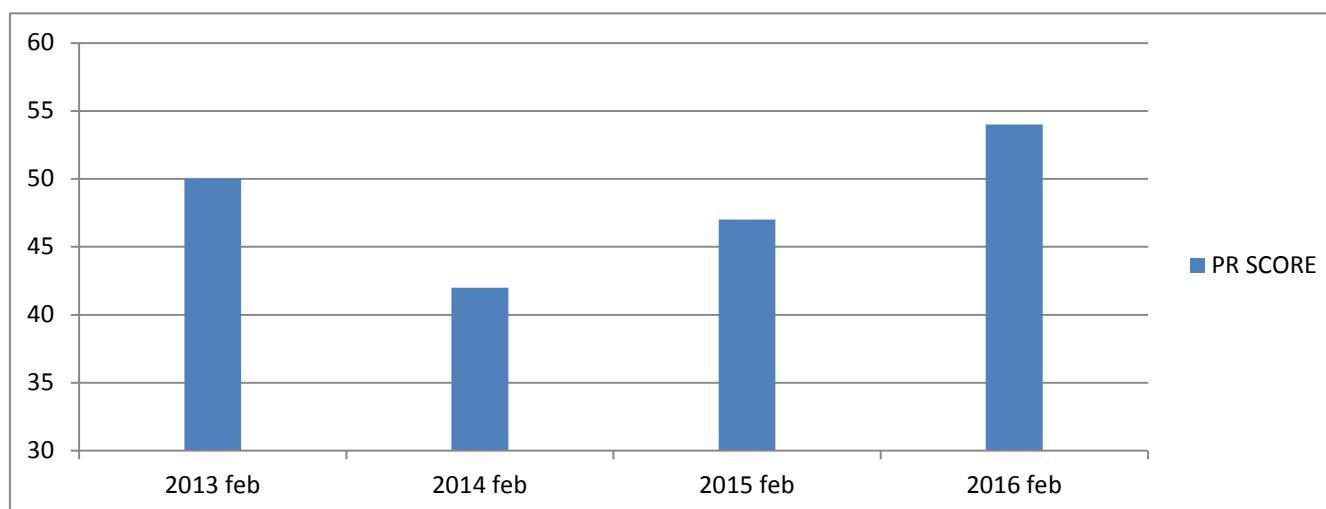
HEALTH: Geografisk fordeling af omtaler for februar 2016



HEALTH: Medier med flest omtaler for februar 2016

MEDIENAVN	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
JP Aarhus	14	66	3.458.000
Jp.dk (Jyllands-Posten) (Abonnementsområde)	12	42	100.452
JP.dk (Jyllands-Posten)	12	46	4.861.500
Horsens Folkeblad	11	56	341.000
DR.dk	11	58	10.893.663
Vejle Amts Folkeblad	10	59	277.410
Stiften.dk (Århus Stiftstidende)	10	53	118.070
Videnskab.dk	9	54	921.447
Jyllands-Posten	9	43	2.223.000
Jv.dk (Abonnementsområde)	9	47	19.818
Tidende.dk	9	37	270.000
Altinget.dk/Sundhed	8	75	130.616
Fredericia Dagblad	8	61	98.072

HEALTH: Gennemsnitlig PR Score for top 15 medier for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015

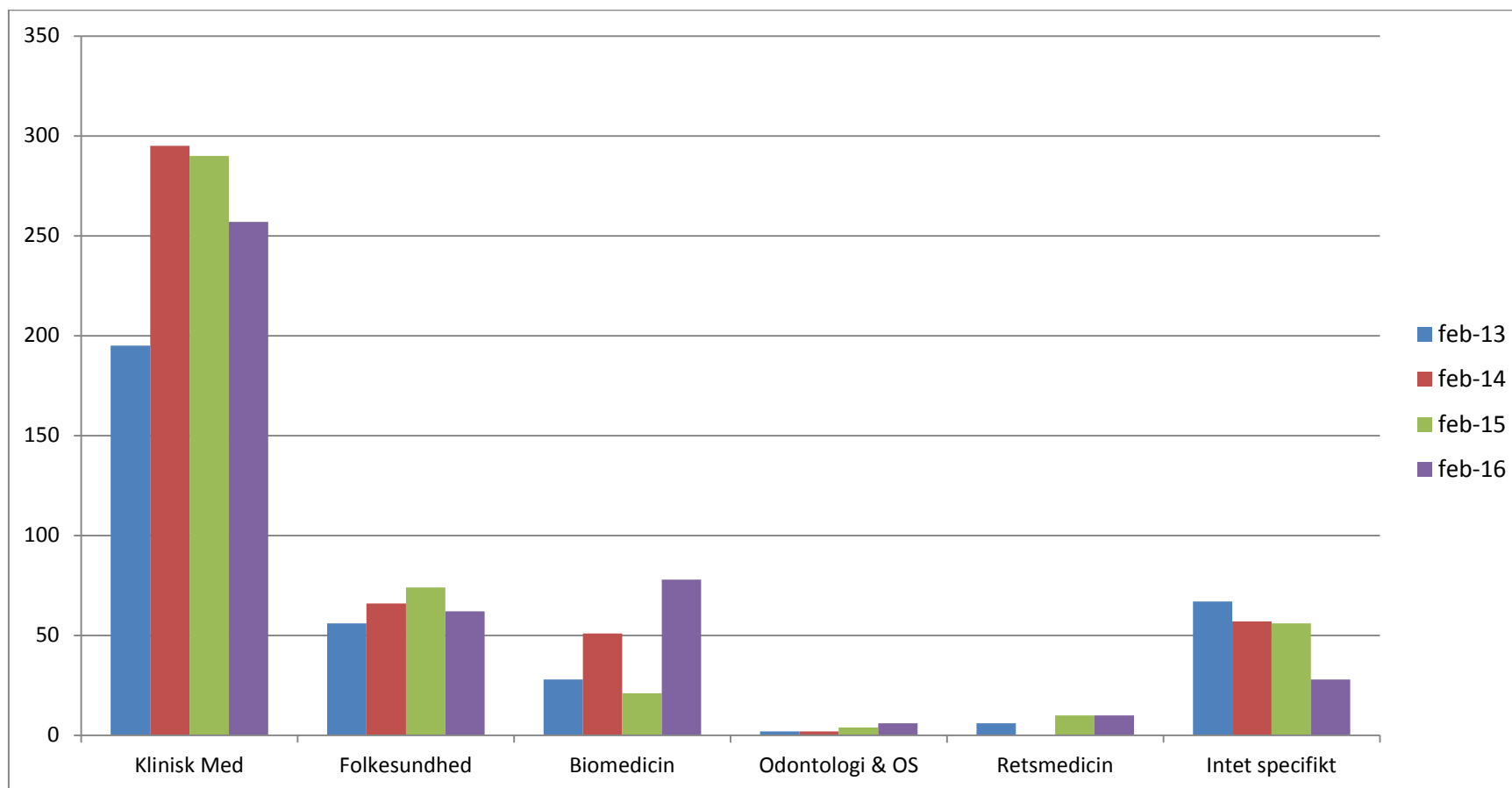


HEALTH: Dækning, omtaler og PR-score fordelt på institutter for februar 2016

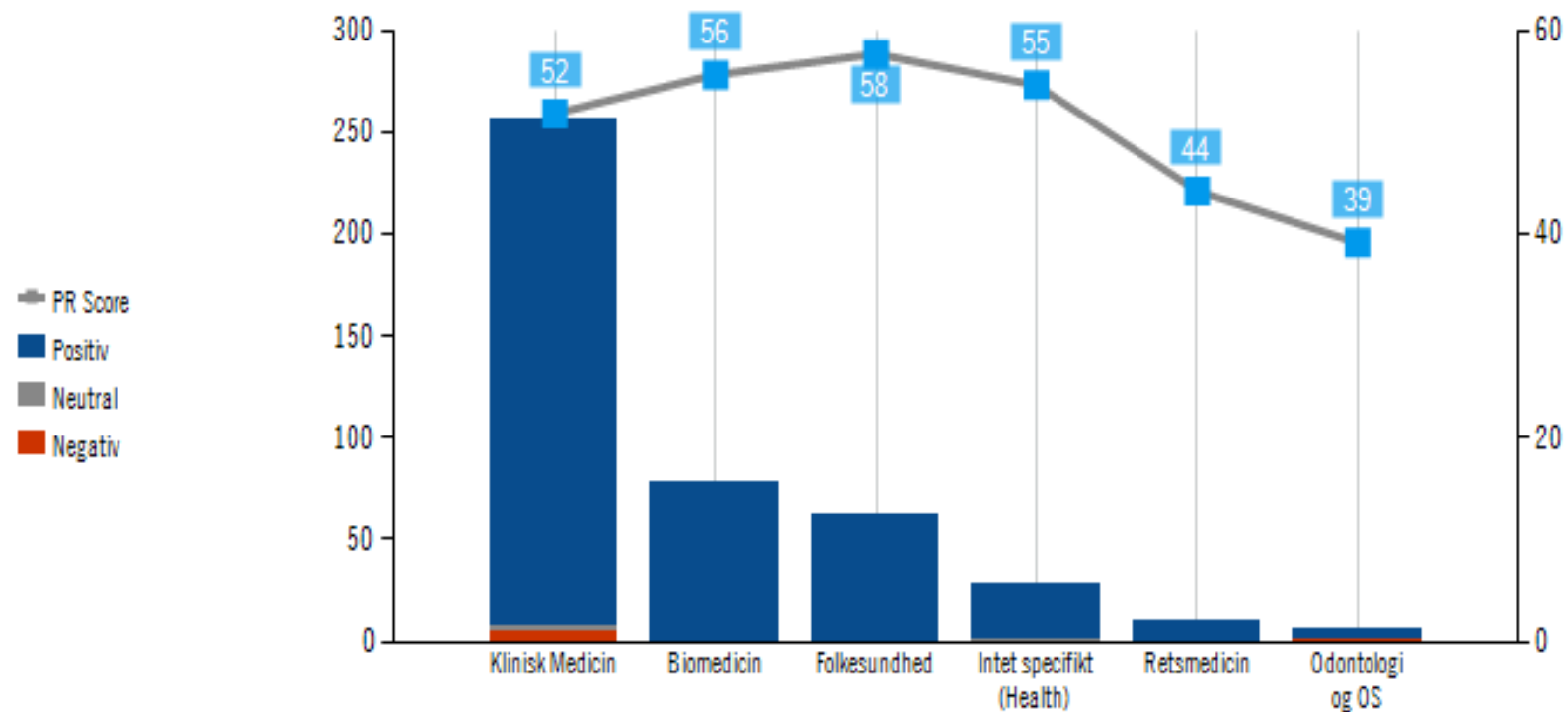
EMNE	ANTAL OMTALER	BRUTTODÆKNING	PR SCORE
Biomedicin	78	9.333.055	56
Folkesundhed	62	6.777.985	58
Intet specifikt (Health)	28	1.880.264	55
Klinisk Medicin	257	38.964.432	52
Odontologi og OS	6	399.629	39
Retsmedicin	10	1.607.242	44
HOVEDTOTAL	437	58.347.117	53

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: faldet på 20 pct. i mængden af omtale lander på Klinisk Medicin, med et fald på 21 pct. og Folkesundhed med et fald på 58,5 pct.. Biomedicin derimod har en ekstraordinær stor fremgang på 380 pct., hvilket primært skyldes omtalen i forbindelse med "Influenzaen narrer kroppens selvforsvar". PR Score for Odontologi og OS er faldet med 22 point, hvilket skyldes især en leder i Tandlægebladet.

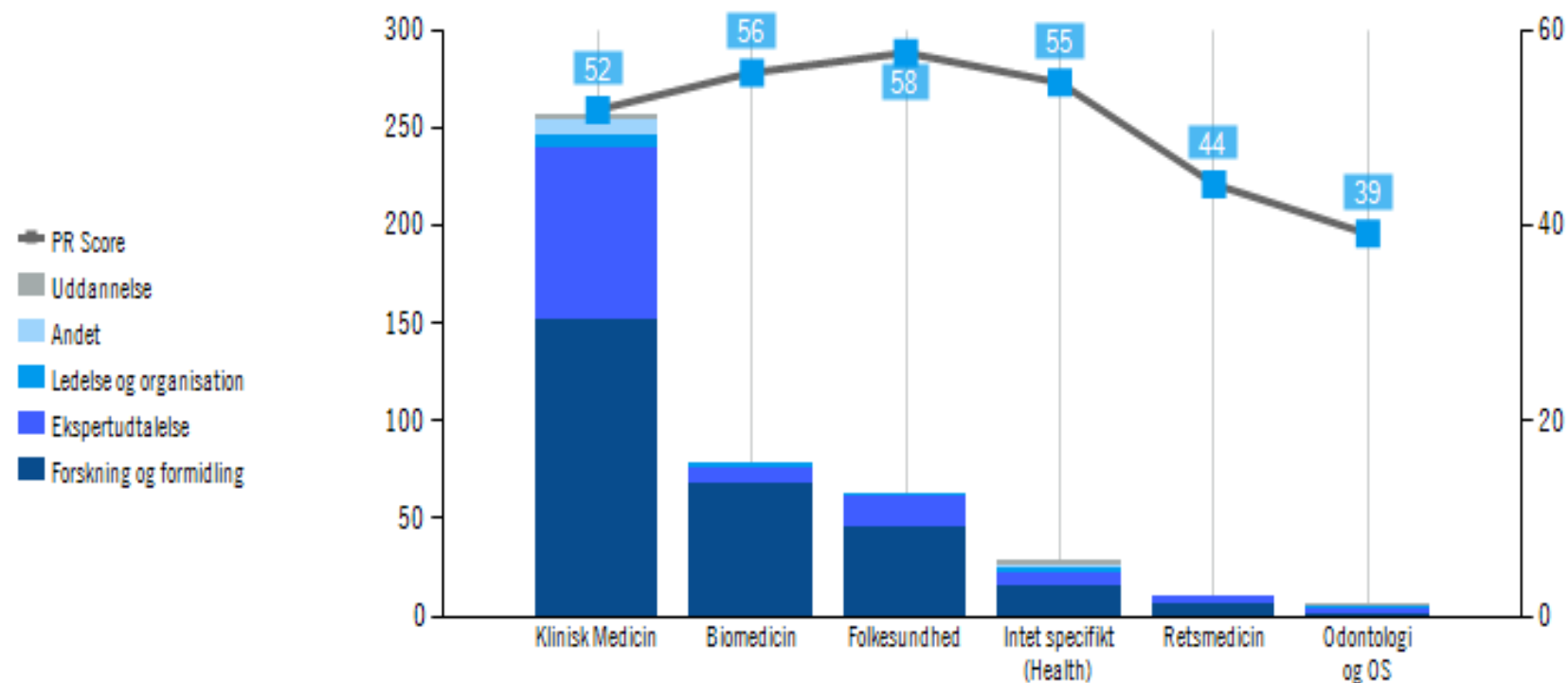
HEALTH: Omtale fordelt på institutter for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



HEALTH: Omtaler på institutniveau – positiv/neutral/negativ for februar 2016



HEALTH: Kontekst institutter – andel af samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016



Der er mulighed for at få udarbejdet særkørsler på institutniveau efter behov. Det kan f.eks. være udviklingen i omtale og PR Score måned for måned, fordelingen på medier, medietyper eller geografi, Konteksten fordelt på institutter eller sammenligninger med 2013, 2014 og 2015 eller opfølgning på udvalgte cases.

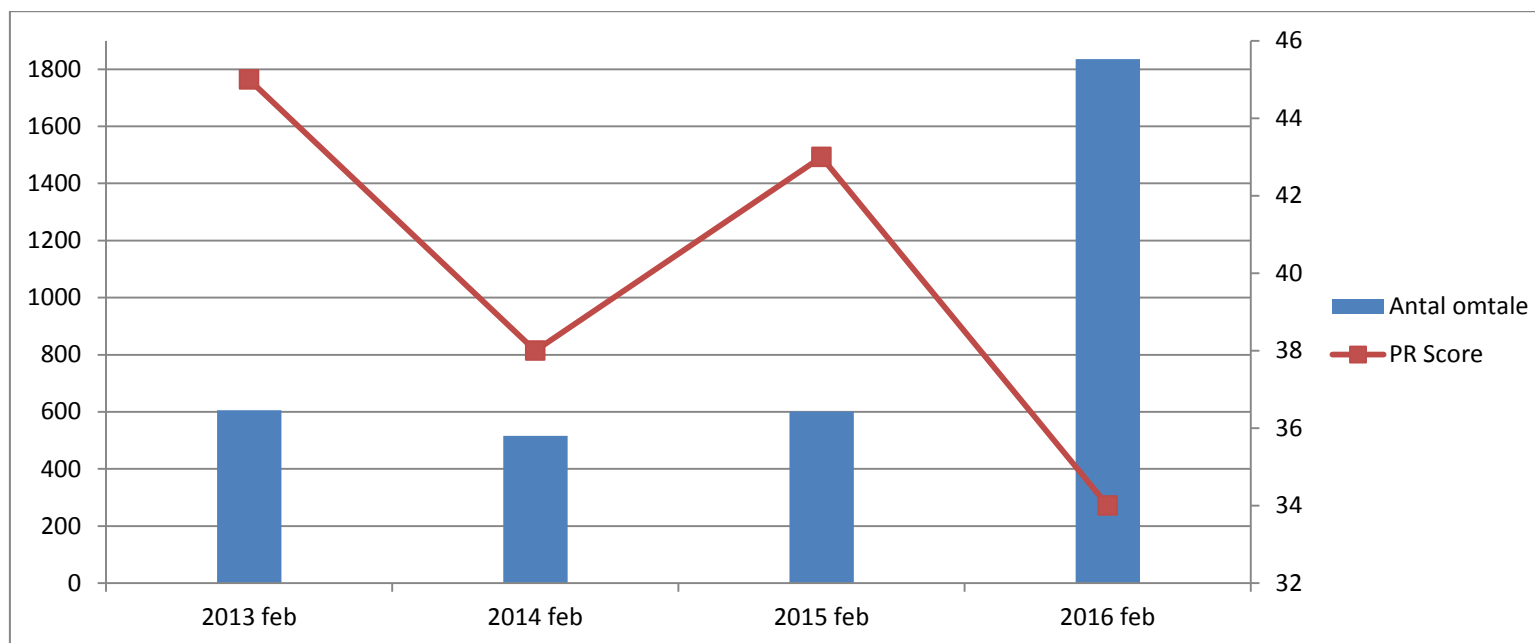
SCIENCE AND TECHNOLOGY: MÅNEDSRAPPORT FEBRUAR 2016

Antal omtaler, PR-score og bruttodækning

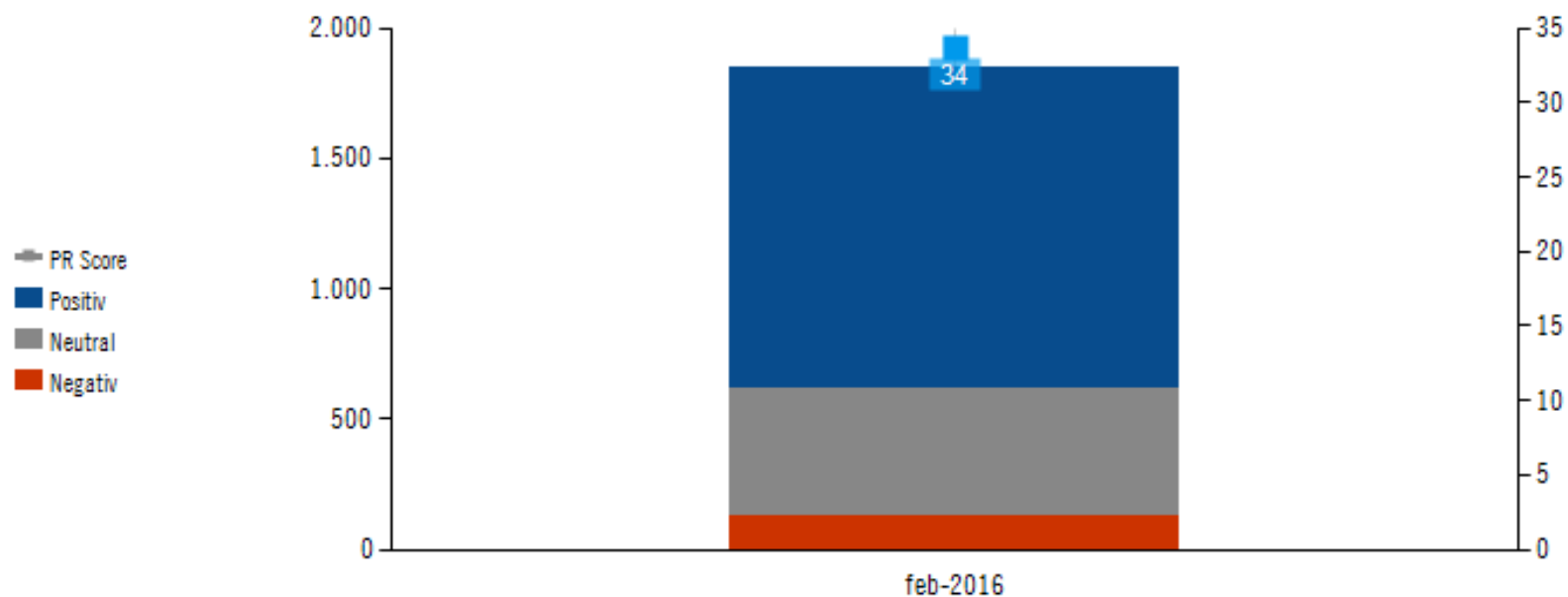
TID	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
feb-2016	1.836	34	227.897.066

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Mængden af omtale er steget ekstraordinært meget med over 260 pct., hvilket primært skyldes "Landbrugspakken" og "Ulven". PR Score er faldet med 13 point., og dækningsgraden er steget med over 300 pct..

ST: Omtaler og gennemsnitlig PR Score for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



ST: Omtaler positiv/neutral/negativ for februar 2016



Omtale karakteriseret som:

Positiv udgør i alt 67 pct. af samlet omtale.

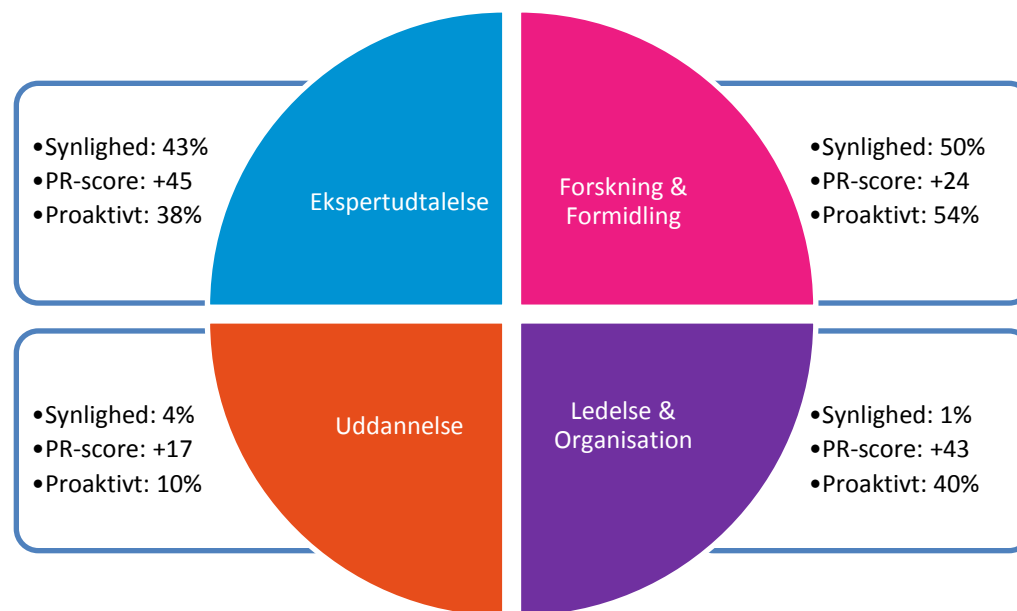
Neutral udgør i alt 26 pct. af samlet omtale.

Negativ udgør i alt 7 pct. af samlet omtale.

130 omtaler er karakteriseret som negativ omtale og størsteparten af disse (95 omtaler) omhandler ikke "Landsbrugspakken", som man ellers skulle tro, men der i mod "Ulven" og diskussionen mellem KU-forskere og AU-forskere om bl.a. antal og ynglemulighederne.

"Landbrugspakken" udgør 31 negative omtaler, hvilket udgør 3 pct. af "Landbrugspakke-omtalen".

ST: Kontekst – samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016**



*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Ekspertudtalernes andel er steget med 20 pct., PR Score faldet med to point og proaktiviteten er steget med 8 pct.. Forskning & Formidling er faldet med 16 pct., PR Score gået ned med 22 point og proaktiviteten er faldet med 1 pct.. Uddannelse er steget med 1,5 pct. og det skyldes primært Marius Youbi's tilbagevenden til DK. Ekspertudtalelser bærer meget præg af den ekstraordinære omtale i forbindelse med "Landbrugspakken" og Forskning & Formidling i særlig grad af "Ulvestriden" mellem KU og AU, især hvad angår PR Score.

Den gennemsnitlige proaktivitet for den samlede mængde af omtale på ST var i februar 2016 på 44 pct.

**Kontekst:

Er en kvalificering af den samlede omtale i fire kategorier, som yderligere hægtes op på:

- Synlighed: Andel af samlet omtale

- PR Score: kvalitet og gennemslagskraft

- Proaktivt: andel af den samlede omtale, som er positiv og hvor AU styrer overskriften/hovedvinklen i omtalen

- Ekspert-udtalelser: siger noget om den del af omtalen som er initieret ude fra, dvs. skabt ved, at f.eks. journalisten kontakter forskeren for at få en udtalelse om en konkret sag

- Forskning & Formidling: siger noget om den del af omtalen som er selv-initieret, dvs. skabt ved, at proaktivt kommunikationsarbejde har gjort f.eks. journalisten bekendt med den nye viden, som bliver videreformidlet i artiklerne.

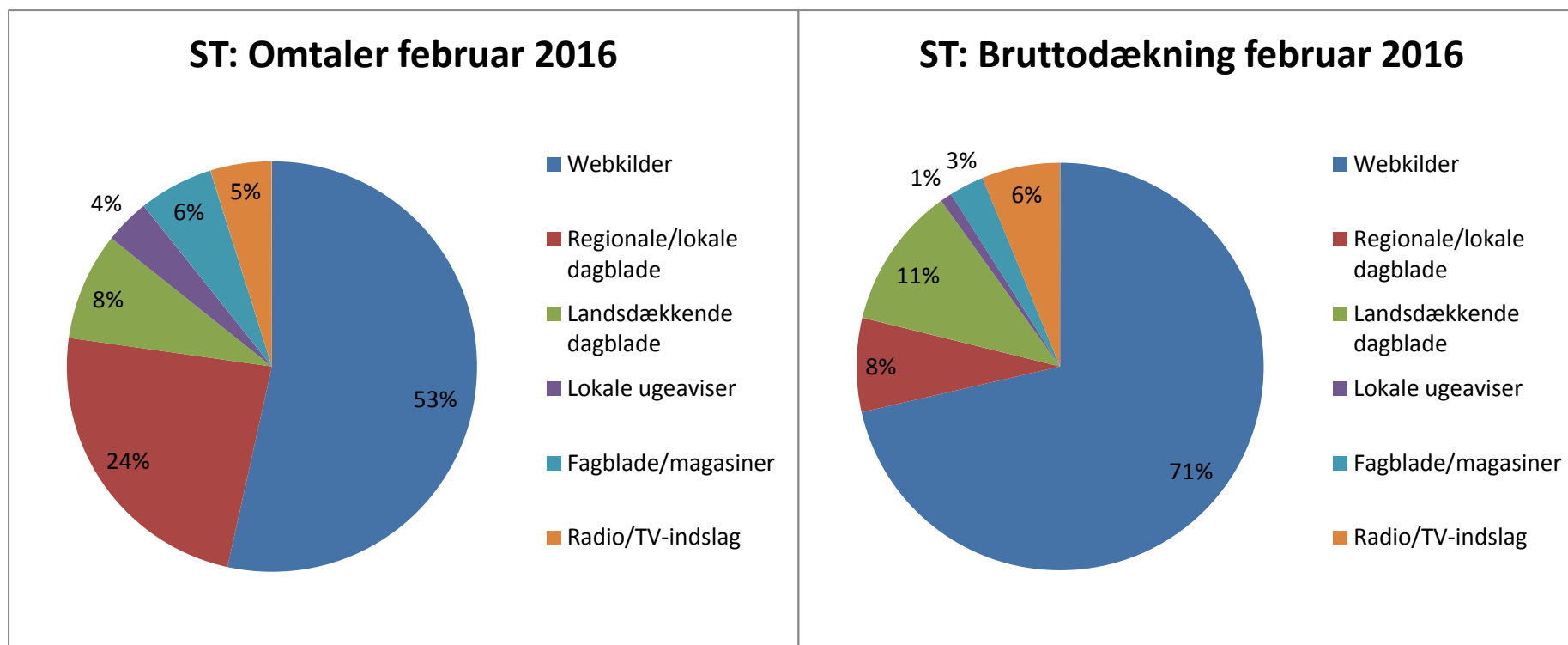
- Ledelse og Uddannelse er mere blandet. Her kan det lige så ofte være nogen/noget udefra, som skaber omtalen, som det kan være noget, AU har taget initiativ til.

ST: Omtale og bruttotal fordelt på medietyper for februar 2016

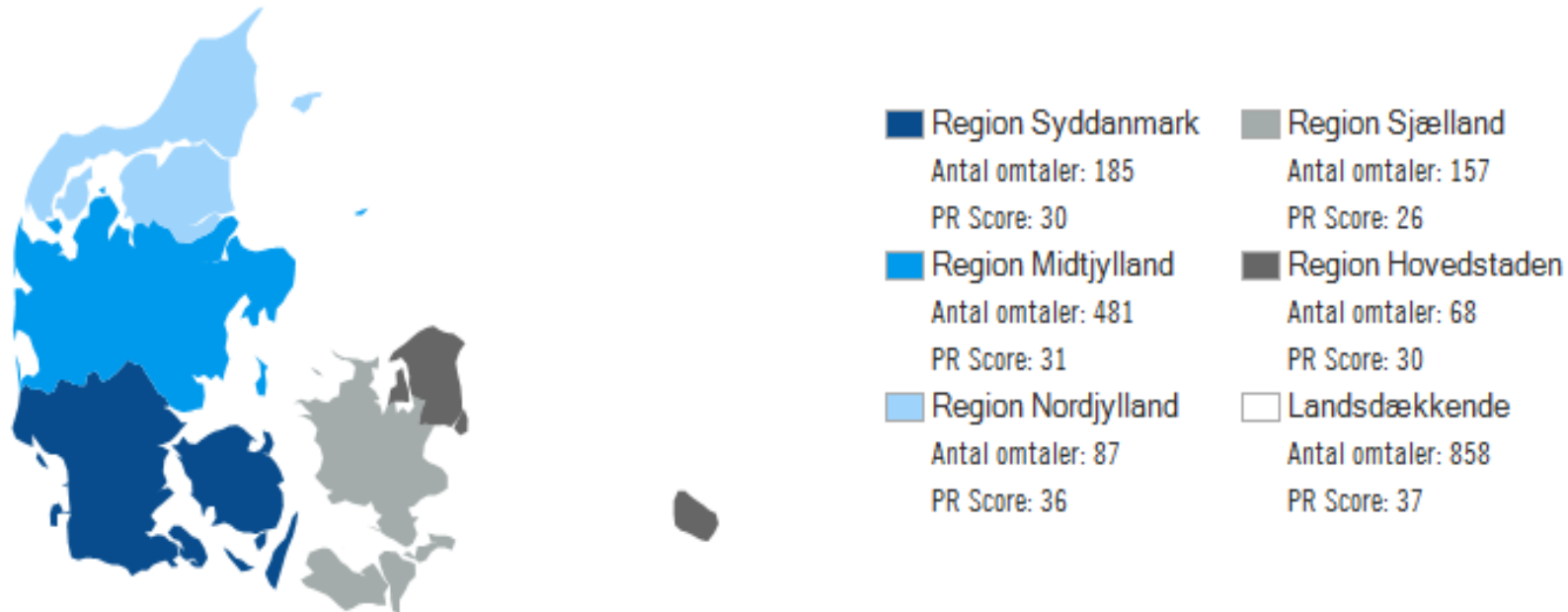
KILDEGRUPPE	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Webkilder	982	34	162.724.829
Regionale og lokale dagblade	436	27	16.987.930
Landsdækkende dagblade	156	40	25.569.500
Fagblade og magasiner	108	36	6.307.277
Lokale ugeaviser	65	46	2.106.530
Radioindslag	58	42	5.734.000
TV-indslag	31	41	8.467.000
HOVEDTOTAL	1.836	32	227.897.066

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: "Landbrugspakken" og "Ulven" spiller ind på samtlige medietyper, hvor Webkilder, Landsdækkende dagblade og Regionale og lokale dagblade har været de store drivkræfter i omtalefremgangen: Webkilder er gået frem med 430 pct., Regionale og lokale dagblade 190 pct., Landsdækkende dagblade 110 pct., Fagblade og magasiner 125 pct., Lokale ugeaviser 66 pct., og Radio/TV-indslag 584 pct.. PR Score er trods fremgangen i omtale påvirket af den ekstraordinære omtale, hvilket især hænger sammen med den kritiske og negative del af omtalen, hvilket specielt har været udslagsgivende i de regionale og lokale dagblade og webkilder. Landsdækkende dagblade har "kun" oplevet en tilbagegang på 9 point.

ST: Omtale og brutttotal fordelt på medietyper for februar 2016

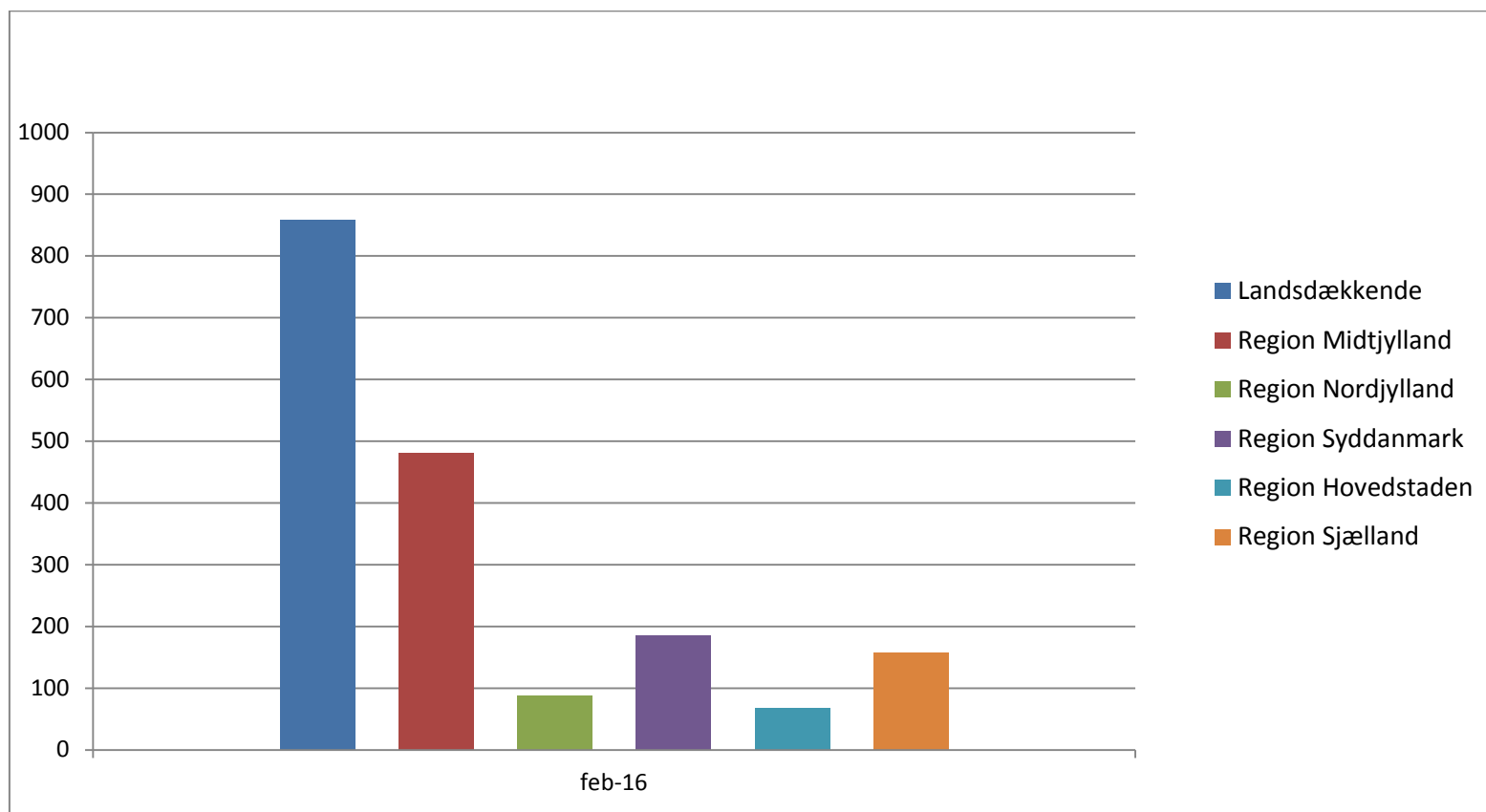


ST: Omtale og PR Score for februar 2016 fordelt på mediernes geografi



*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: den ekstraordinære store mængde af omtale er fordelt Landsdækkende og på samtlige regioner med forskellig styrke dog med Landsdækkende og det midtjyske som toneangivende: Landsdækkende er gået op med 240 pct., Region Midtjylland 325 pct., Region Nordjylland 200 pct., Region Syddanmark 242 pct., Region Sjælland 220 pct., og Region Hovedstaden med 580 pct.. PR Score er påvirket i varierende grad – bl.a. Landsdækkende er faldet med 9 point og Region Sjælland er bundskraberen med et fald på 16 point til +26.

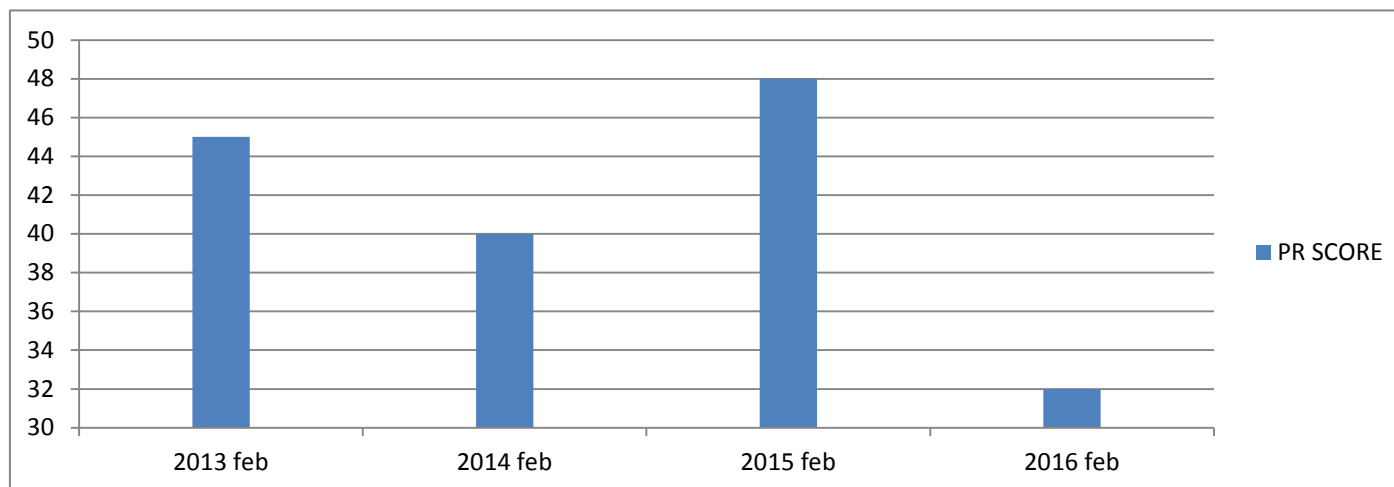
Geografisk fordeling af omtaler for februar 2016



ST: Medier med flest omtaler for februar 2016

MEDIENAVN	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Jp.dk (Jyllands-Posten) (Abonnementsområde)	49	30	410.179
Tidende.dk	46	31	1.380.000
Jv.dk (Abonnementsområde)	44	35	96.888
JP.dk (Jyllands-Posten)	44	33	17.825.500
DR.dk	36	45	35.651.988
Information.dk (Abonnementsområde)	33	31	89.760
Stiften.dk (Århus Stiftstidende)	31	42	366.017
LandbrugsAvisen.dk	30	48	960.990
TV20j.dk (TV2 Østjylland)	30	39	984.840
Information.dk	29	33	3.944.000
Aoh.dk (Abonnementsområde)	28	29	9.744
Effektivt Landbrug	28	26	420.000
Mja.dk (Abonnementsområde)	27	32	7.479

ST: Gennemsnitlig PR Score for top 15 medier for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015

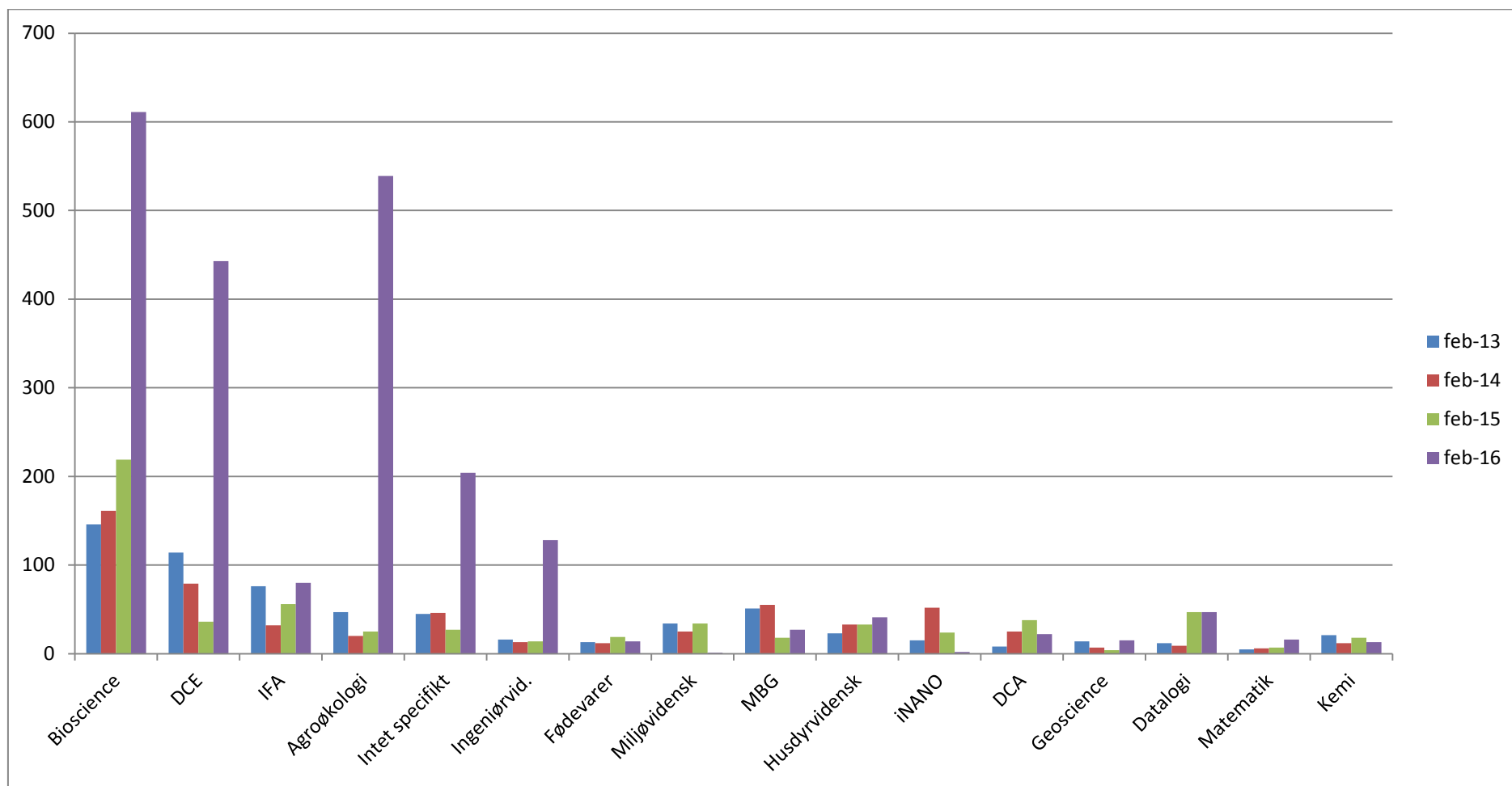


ST: Dækning, omtaler og PR-score fordelt på institutter for februar 2016

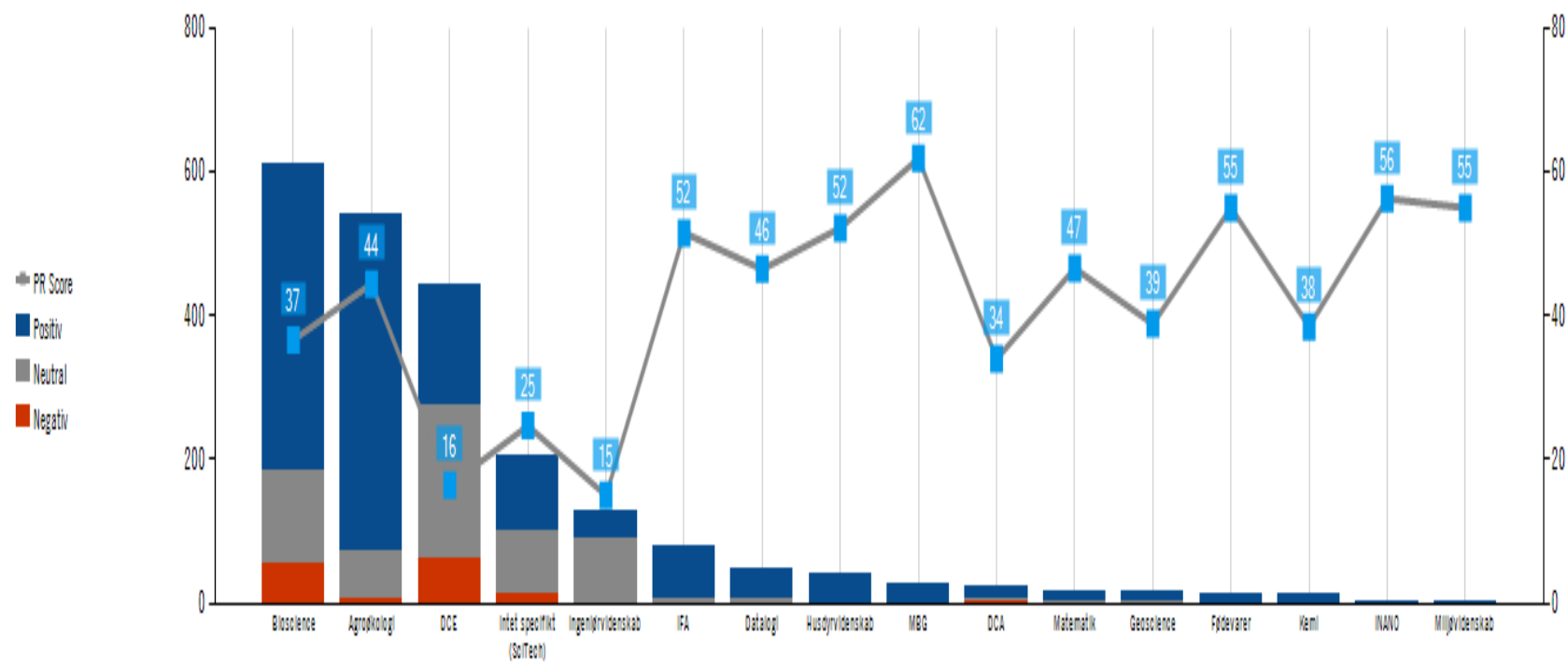
EMNE	ANTAL OMTALER	PR SCORE	BRUTTODÆKNING
Bioscience	611	37	74.746.293
DCE	443	16	52.144.069
IFA	80	52	5.401.055
Agroøkologi	539	44	75.947.295
Intet specifikt	204	25	22.269.863
Ingeniørvid.	128	15	22.637.149
Fødevarer	14	55	877.940
Miljøvidensk	1	55	5.245
MBG	27	62	5.308.685
Husdyrvidensk	41	52	1.680.967
iNANO	2	56	118.710
DCA	22	34	1.783.688
Geoscience	15	39	896.761
Datalogi	47	46	5.808.616
Matematik	16	47	2.545.001
Kemi	13	38	877.966
HOVEDTOTAL	1.836	34	227.897.006

*Særlige iagttagelser i forhold til forrige måned: Agroøkologi, DCE og Bioscience er de tre institutter der er mest påvirket af den ekstraordinære store mængde omtale: Agroøkologi er steget med over 1500 pct., DCE 366 pct., og Bioscience med 355 pct.. Ingeniørvidenskab er omtalemæssigt påvirket af Marius Youbi's tilbagekomst til Danmark, hvilket har bevirket en stigning på 280 pct.. Den lave PR Score for Ingeniørvidenskab skal dog tages med det forbehold, at omtalen fra Infomedias side kodes som enten neutral eller negativ omtale pga. den negative tone i bl.a. overskrifterne "Udvist superstudent vender tilbage til DK".

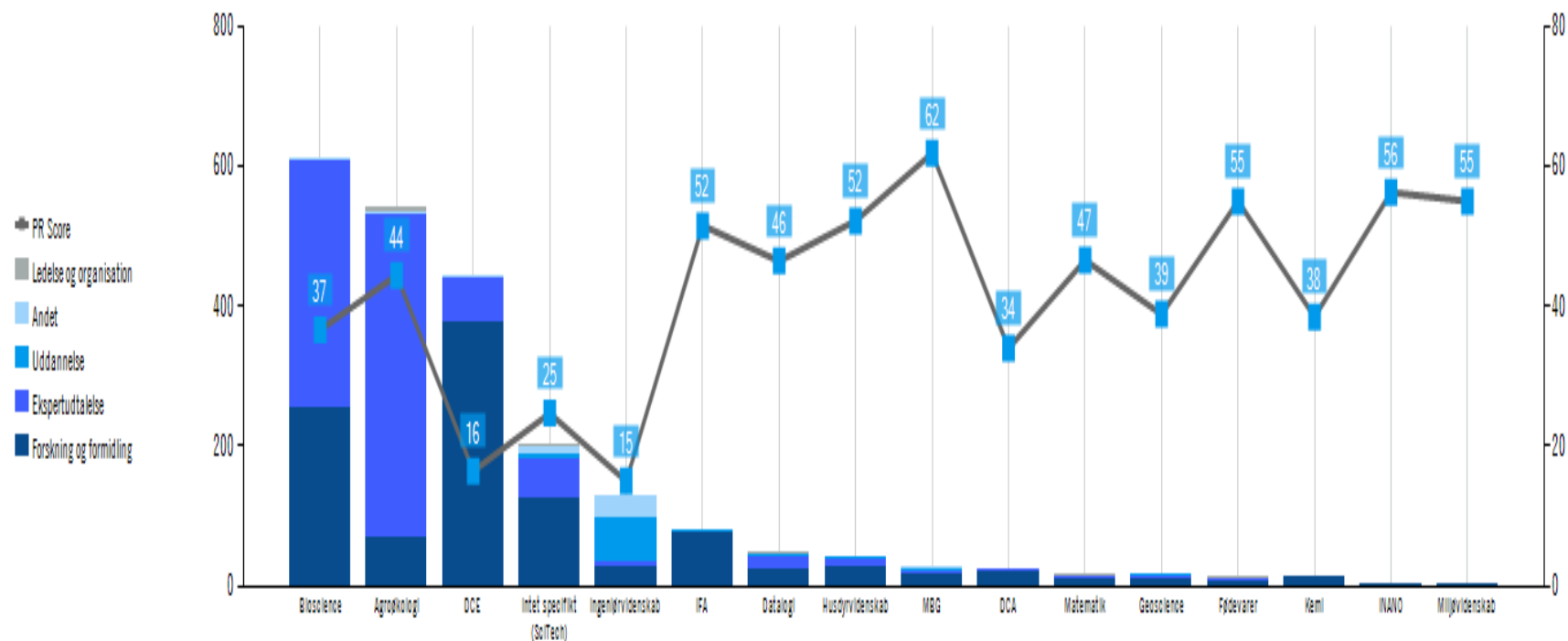
ST: Omtale fordelt på institutter for februar 2016 sammenholdt med 2013, 2014 og 2015



ST: Omtaler på institutniveau – positiv/neutral/negativ for februar 2016



ST: Kontekst institutter – andel af samlet omtale fordelt på Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse, Ledelse & Organisation for februar 2016



Der er mulighed for at få udarbejdet særkørsler på institutniveau efter behov. Det kan f.eks. være udviklingen i omtale og PR Score måned for måned, fordelingen på medier, medietyper eller geografi, Konteksten fordelt på institutter eller sammenligninger med 2013, 2014 og 2015 eller opfølgning på udvalgte cases.

Metodiske opmærksomhedspunkter:

Metodiske opmærksomhedspunkter:

Data: Kildegrundlaget blev udvidet den 1. januar 2013, hvilket gør det muligt at udarbejde valide sammenligninger mellem 2013, 2014 og 2016. Derfor vil der i månedsrapporten for februar 2016 være udarbejdet sammenligninger på relevante emner og områder. Der er ikke udarbejdet detaljerede sammenligninger på alle niveauer, men det vil være muligt at få udarbejdet særkørsler, hvis der er et ønske om dette, jf. særkørsler.

Præcisering: Det er væsentligt at præcisere, at medieanalysen ikke behandler den "samlede omtale af AU", men den del af den "samlede omtale af AU", som er registreret i INFOMEDIA. INFOMEDIA afspejler omtalen af AU via mediernes nyhedsdækning – og registrerer eksempelvis ikke, hvis en forsker fra AU deltager i Aftensshowet på DR1.

Negativ omtale: Med hensyn til negativ omtale generelt, bør der tages det forbehold, at Infomedia (med en udenforstående læsning) af og til anser noget for at være negativt, som vi på AU anser som helt naturligt, det kan eksempelvis være en læserbrevs-debat mellem to forskere.

Antal omtaler tager ikke højde for mediets udbredelse (TV-AVISEN og Bornholms Tidende tæller lige meget) eller tonen i omtalen (positiv/negativ)

PR Score giver et indtryk af tonen, omtalens kvalitet og gennemslagskraft og er et forsøg på at skabe *en tilstræbt image værdi* af omtalen. For AU er vurderingen, at PR Scoren bør være placeret mellem +35 og +40. (PR Score måles på en skala fra -100 til +100)

Kontekst: Er en kvalificering af den samlede omtale i fire kategorier; Ekspertudtalelser, Forskning & Formidling, Uddannelse og Ledelse & Organisation, hvor hver kategori yderligere hægtes op på andel af omtale, PR Score og proaktivitet (andel af den samlede omtale, som er positiv og hvor AU styrer overskriften eller hovedvinklen i omtalen)

Bruttodækning giver et indtryk af et samlet potentielt læsertal, men tager ikke højde for tonen. Der kan være skævheder i tallet, når et nyhedssite har subdomæner (en omtale på P4 Østjyllands site giver således lige så mange læsere som en omtale på dr.dk, ligesom en omtale hos JP Aarhus' subdomæne hos jp.dk tæller lige så meget som en omtale på selve jp.dk). Det kan også være med til at skævvride bruttolæsertal på webkilder.

Særkørsler

På grund af fakulteternes og institutternes forskelligartede udgangspunkter og kommunikationsmål er der ikke i denne månedsrapport udarbejdet detaljerede analyser på alle niveauer. Det er derfor muligt at få lavet særkørsler på fakultet- og institutniveau, hvis der er ønsker om f.eks. sammenligninger med 2013 og 2014, at skabe overblik over omtalen i en særlig indsats, specifik sag, i en specifik periode, opfølgning på en bestemt strategi eller lignende.