

Evaluering af universitetsavisen Omnibus, hovedrapport

Aarhus Universitet november 2025

Evaluering af universitetsavisen Omnibus

Mads Bjært Grandahl Sørensen og Matilde Gammelgård Ebbesen

Resumé

Denne rapport udgør den samlede evaluering for 2025 af Aarhus Universitets avis *Omnibus*. Den giver et indblik i læsernes (primært studerende og ansatte på AU) vurderinger af avisens relevans, kendskab, distribution, indhold og layout. Resultaterne baserer sig på en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse udsendt gennem mail til alle studerende og ansatte ved Aarhus Universitet samt delt gennem Omnibus' nyhedsbrev og sociale medier (24/9–11/10).

Siden 2021 er kendskabet til Omnibus blevet markant højere: 93,5 % kender avisen (TAP 98,4 %, VIP 95,8 %, studerende 89,3 %). Blandt dem, der kender avisen, læser 82,5 % Omnibus (TAP 94,5 %, VIP 87,8 %, studerende 71,4 %). Udviklingen knyttes især til automatisk tilmelding af nyhedsbrevet og derudover til øget tilstedeværelse på sociale medier. Nyhedsbrevet fungerer nu som primær distributionskanal på tværs af grupper, som generelt foretrækker en fastholdelse af den nuværende frekvens med udsendelse hver anden uge. Flere efterlyser desuden podcasts og video som supplerende formater.

Indholdsmæssigt ligger præferencerne tæt på 2021: Efterspørgslen er højest for indhold om studerendes forhold, ledelsens beslutninger/handlinger samt aktuelle AU-emner, mens den er lavest for portrætter, hverdagsliv og guides. Der ses en tydelig stigning i interessen for national forsknings- og uddannelsespolitik. 64,5 % vurderer, at Omnibus i meget høj/høj grad indfrier ønsker til stofområder. I spændingsfeltet mellem kritisk og samlende journalistik oplever flertallet niveauet som balanceret, mens et mindretal ønsker mere kant. Endelig peger både kvantitative og kvalitative data på en efterspørgsel efter bredere repræsentation uden for Aarhus-campus, mere TAP-stof samt flere internationale perspektiver.

Omnibus' layout vurderes samlet som middel: siden opleves overskuelig og professionel, men mindre moderne/indbydende; billedbrug vurderes mere positivt end farver. Kvalitativt efterlyses mere hierarki, luft og typografisk klarhed, særligt i nyhedsbrevet.

Indhold

Resumé	1
Indledning	3
Resultater	3
Kendskab	4
Distribution	8
Indhold.....	14
Layout.....	23
Opsummering	27
Appendiks	29
Metodisk fremgangsmåde.....	29
Udformning af spørgeskema.....	29
Dataindsamling	30
Repræsentativitet	31
Frekvenstabeller.....	35
Spørgeskema.....	48

Indledning

Som led i den løbende evaluering af Aarhus Universitets avis, *Omnibus*, er der i efteråret 2025 gennemført en ny spørgeskemaundersøgelse blandt universitetets studerende og ansatte. Formålet med undersøgelsen er at belyse målgruppernes kendskab til og oplevelser af *Omnibus* – herunder vurderinger af avisens indhold, layout, distribution og relevans. Undersøgelsen bygger videre på den seneste evaluering fra 2021 og udgør dermed en opfølgning, der gør det muligt at identificere udviklingstendenser i brugernes kendskab, læsevaner og vurderinger af *Omnibus*. Hvor 2021-undersøgelsen blev gennemført som et kombineret kvalitativt og kvantitativt studie, består evalueringen i 2025 udelukkende af en omfattende spørgeskemaundersøgelse. Spørgeskemaet er udformet på baggrund af erfaringer fra den tidligere evaluering og har desuden inddraget input fra *Omnibus*' redaktion og redaktionskomité. Undersøgelsen har indsamlet både lukkede og åbne svar, hvilket har gjort det muligt at kombinere kvantitativ kortlægning af overordnede tendenser med kvalitative indsigter i respondenternes vurderinger og forslag til udvikling. Mere detaljerede informationer om dataindsamling, repræsentativitet mm. kan findes i Appendiks, som også indeholder frekvenstabeller samt det fulde spørgeskema. Resultatsektionen fokuserer på mønstre i svarene på tværs af campusser, medarbejdergrupper og sproglige baggrunde og giver dermed et nuanceret billede af, hvordan *Omnibus* opleves af universitetets brede brugergruppe.

Evalueringen er igangsat af *Omnibus*' redaktionskomité, som i henhold til sit kommissorium har ansvar for at facilitere en evaluering hvert fjerde år. Arbejdet med dataindsamling, analyse og rapportering er gennemført i tæt samarbejde med redaktionskomitéen og *Omnibus*' redaktion. Redaktionskomitéen har i den forbindelse nedsat en styregruppe bestående af: Studenterrepræsentant Jens Vase, TAP-repræsentant Nanna Riis Stærmose, komitéformand Svend-Erik Skaaning og Marie Groth Andersen fra *Omnibus*' redaktion. Arbejdet med at foretage dataindsamlingen, analyse og rapportskrivning blev varetaget af stud.scient.pol.'erne Mads Bjært Grandahl Sørensen og Matilde Gammelgård Ebbesen, der har arbejdet i tæt kontakt med styregruppen.

Resultater

Den følgende analyse er inddelt i fire hovedafsnit, der følger den samme tematiske struktur som i den tidligere evaluering fra 2021. Først undersøges respondenternes kendskab til *Omnibus*. Dernæst analyseres vurderinger af henholdsvis avisens distribution, indhold og layout. De fire hovedtemaer behandles gennem kvantitative analyser af besvarelsernes mønstre og tendenser. Derudover

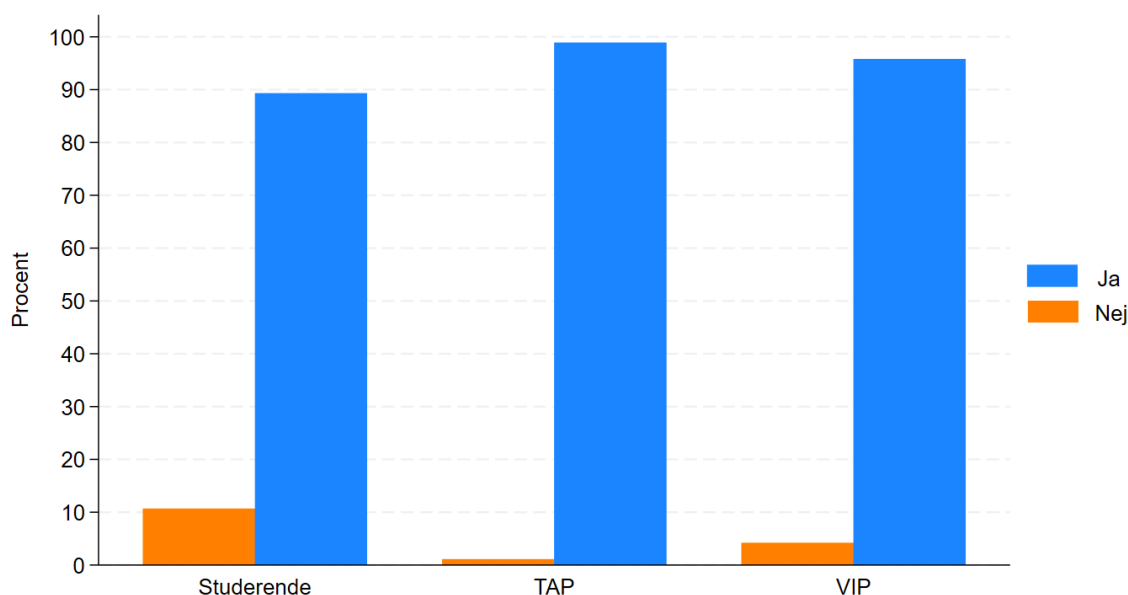
inddrages udvalgte kommentarer fra spørgeskemaets åbne tekstfelter for at belyse respondenternes oplevelser og nuancere de overordnede resultater.

Kendskab

Det første spørgsmål respondenterne blev stillet i relation til avisen, handlede om deres kendskab til Omnibus – altså hvorvidt de overhovedet var bevidste om avisens eksistens. Som det fremgår af figur 1, er Omnibus i dag en kendt avis blandt langt størstedelen af Aarhus Universitets ansatte og studerende. På tværs af hele universitetet angiver 93,5 % af respondenterne, at de har hørt om Omnibus, mens kun 6,5 % svarer nej (N = 3.050). Kendskabet er højest blandt de teknisk-administrative medarbejdere (TAP), hvor hele 98,4 % kender til avisen (N = 814). Også blandt det videnskabelige personale (VIP) er andelen høj med 95,8 % (N = 813), mens 4,1 % ikke har hørt om Omnibus. Blandt de studerende er 89,3 % bekendte med avisen, mens 10,7 % angiver, at de ikke kender den (N = 1.423). Det markant højere kendskab på tværs af alle grupper sammenlignet i 2021-undersøgelsen kan som nævnt forklares ved, at Omnibus sidenhen er blevet mere synlig i universitetets interne kommunikation. I dag modtager alle ansatte og studerende Omnibus' nyhedsbrev direkte i deres AU-mail, medmindre de aktivt framelder det, og avisen har desuden udvidet sin digitale tilstedeværelse via sociale medier som Instagram og LinkedIn. Disse tiltag har formentlig øget opmærksomheden, især blandt studerende og nye medarbejdere, der tidligere havde et mere begrænset kendskab. Samlet set vidner resultaterne om, at Omnibus i 2025 er en veletableret og kendt platform. Hvor den tidligere evaluering pegede på udfordringer med udbredelsen blandt studerende og yngre forskere, tyder de nye data på, at forskellene i høj grad er udlignet.

Det er dog vigtigt at bemærke, at der sandsynligvis forekommer selvselektionsbias, da personer, der allerede kendte Omnibus, kan have været mere tilbøjelige til at besvare undersøgelsen. Dermed kan det samlede kendskab i stikprøven fremstå højere end i den faktiske population.

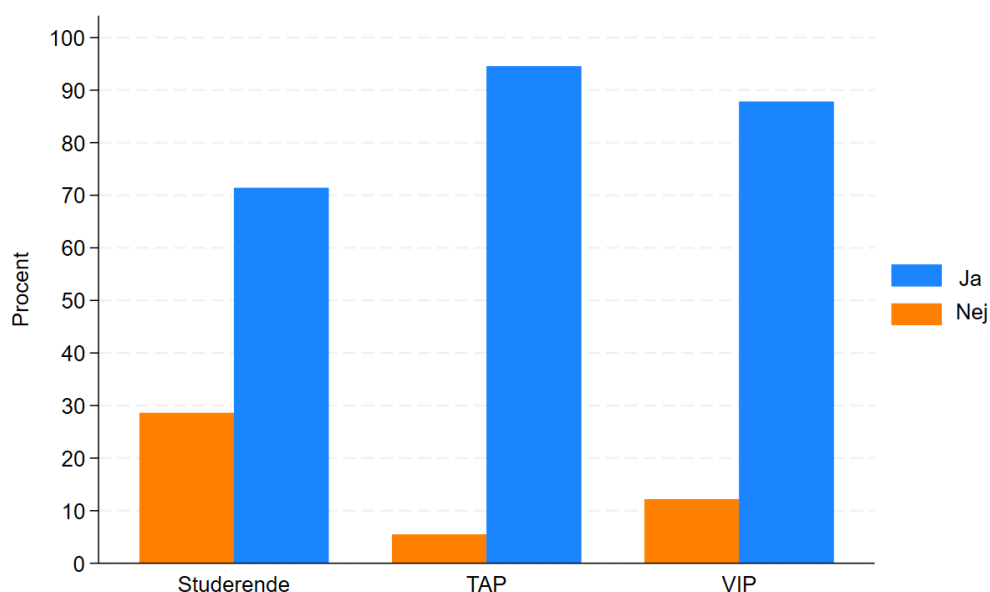
Figur 1: Kendskab til Omnibus, procent



Note: N: 3.050, N Studerende: 1.423, N VIP: 813, N TAP: 813. Spørgsmål: "Har du hørt om Omnibus før?" (Stillet til alle respondenter)

Ser vi på, hvor mange af dem, der kender Omnibus, som rent faktisk læser avisen, viser figur 2, at der fortsat er tydelige forskelle mellem grupperne. Blandt de studerende angiver 71,4 % af dem, der kender Omnibus, at de læser avisen (N = 1.269). Dette er en markant stigning ift. den tidligere evaluering, hvor kun omkring hver tredje studerende oplyste at læse Omnibus. Blandt medarbejdergrupperne er andelen af læsere fortsat meget høj. Hele 94,5 % af TAP'erne og 87,8 % af VIP'erne, som kender Omnibus, svarer, at de også læser avisen (N = hhv. 837 og 779). Samlet set læser 82,5 % af alle respondenter, der kender Omnibus, avisen, mens 17,5 % ikke gør det (N = 2.885). De høje læsertal kan hænge sammen med den øgede synlighed, Omnibus har opnået siden sidste undersøgelse. Det faste nyhedsbrev, som nu udsendes direkte til alle ansatte og studerende, fungerer som en central indgang til avisens artikler, og flere respondenter nævner netop mailen som deres primære kontaktflade. Derudover kan tilstedeværelsen på sociale medier, særligt Instagram, have bidraget til at fastholde interessen. På tværs af grupperne viser resultaterne, at Omnibus ikke blot er en kendt institution på universitetet, men også en platform, der aktivt bliver brugt af et flertal af dem, der kender den. Hvor den tidligere undersøgelse pegede på et gab mellem kendskab og faktisk læsning, synes dette nu i vid udstrækning at være udlignet.

Figur 2: Andel læsere af Omnibus (blandt dem, der kender avisen), procent

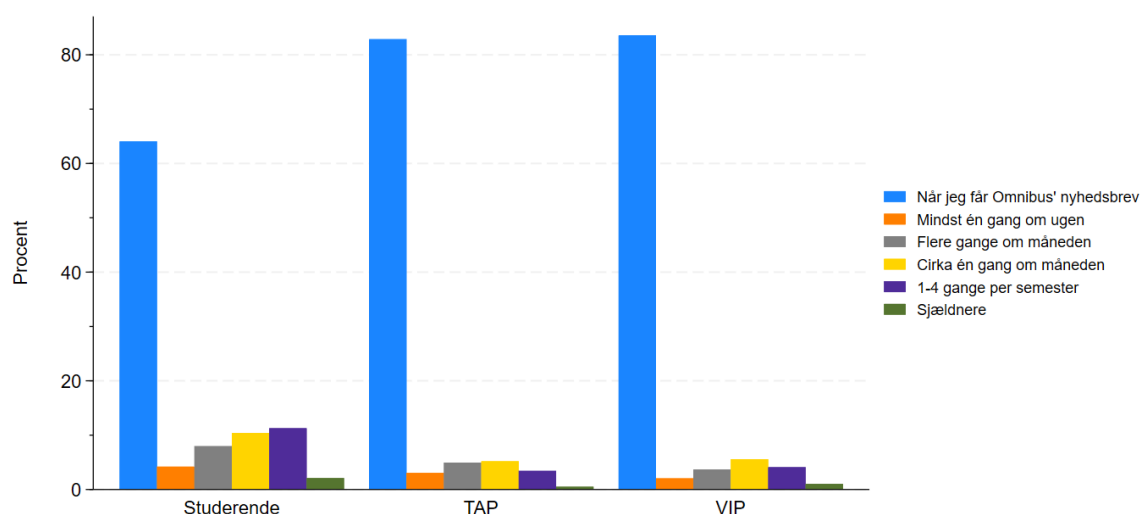


Note: N: 2.852. N Studerende: 1.269 N VIP: 779, N TAP: 804. Spørgsmål: "Læser du i Omnibus?" (Stillet til alle, som kender avisen).

For at få et indtryk af, hvor ofte respondenterne faktisk læser i Omnibus, blev de, der angav at læse avisen, spurgt om deres læsefrekvens. Som det fremgår af figur 3, viser resultaterne, at en meget stor andel primært læser Omnibus, når de modtager nyhedsbrevet i deres indbakke. Dette gælder for hele 75,9 % af alle læsere (N = 2.374). Der er dog forskel mellem grupperne. Blandt TAP'erne angiver 82,9 % at læse Omnibus, når nyhedsbrevet modtages, mens andelen blandt VIP'erne er 83,6 %. De studerende adskiller sig ved at have den laveste andel, 64 %, der læser via nyhedsbrevet, men til gengæld har de også en større andel, der opsøger avisen oftere. Over en fjerdedel af de studerende læser Omnibus mindst én gang om måneden eller oftere (i alt ca. 22 % månedligt og 4 % ugentligt). Blandt medarbejderne sker læsningen i højere grad som en reaktion på nyhedsbrevets udsendelser, mens selvstændige besøg på hjemmesiden eller hyppigere læsning er mere sjældne. Det tyder på, at Omnibus i høj grad fungerer som en push-baseret nyhedskilde, hvor synlighed og aktualitet i mail og sociale medier er afgørende for læseaktiviteten.

Sammenlignet med den tidligere undersøgelse ses et markant skifte: hvor mange tidligere beskrev læsningen som sporadisk, er en større del af læserne nu regelmæssige i deres kontakt med avisen – omend primært gennem nyhedsbrevet. Dette peger på, at den strategiske beslutning om automatisk tilmelding til nyhedsbrevet via AU-mail har haft en tydelig effekt på læsernes kontakt med avisen. Tiltaget synes dermed at have bidraget væsentligt til, at Omnibus i dag ikke blot er mere kendt, men også i højere grad løbende bliver læst og fulgt af universitetets ansatte og studerende.

Figur 3: Hyppigheden af læsninger (stillet til alle, der læser avisen), procent

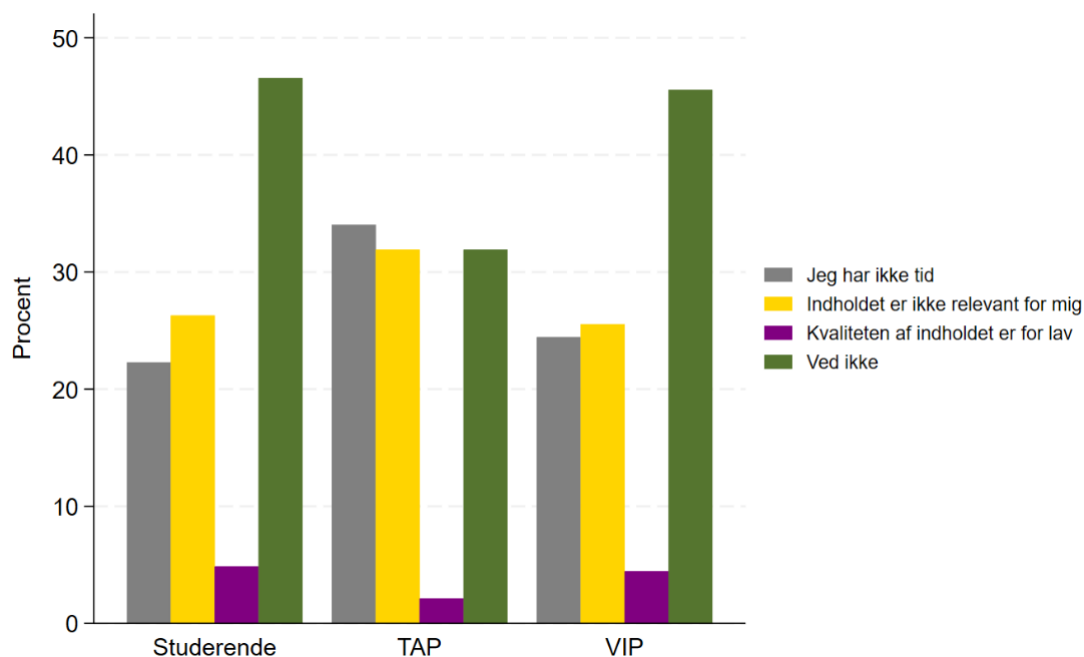


Note: N: 2.345. N Studerende: 907, N VIP: 682, N TAP: 759. Spørgsmål: "Hvor ofte læser du i Omnibus?" (Stillet til alle, der læser avisen)

Det er også relevant at undersøge, hvorfor en mindre andel af dem, der kender Omnibus, vælger ikke at læse avisen. Dette belyses i figur 4. Tendensen er denne gang mindre entydig end tidligere, men de primære forklaringer ligger fortsat i manglende tid og oplevet relevans af indholdet. Blandt de studerende angiver 22,2 %, at de ikke har tid til at læse Omnibus, mens 26,3 % vurderer, at indholdet ikke er relevant for dem (N = 350). For TAP'erne ligger andelene noget højere: 34 % nævner manglende tid, og 31,9 % finder ikke indholdet relevant (N = 47). For VIP'erne er tallene 24,4 % og 25,6 % (N = 90). Kun meget få – omkring 4-5 % på tværs af grupper – vurderer, at kvaliteten af indholdet er for lav. Den største kategori er dog "Ved ikke", som udgør omkring 45 % af svarene. Det kan indikere, at mange ikke-læsere har et overfladisk kendskab til Omnibus og derfor ikke har taget aktiv stilling til avisens relevans.

Flere kommentarer peger desuden på, at nogle respondenter forbinder Omnibus med nyhedsbrevet snarere end selve hjemmesiden, hvilket kan have gjort spørgsmålet vanskeligt at vurdere. Sammenlignet med 2021 ses en forskydning: hvor den tidligere undersøgelse pegede på manglende synlighed som den altoverskyggende årsag til ikke at læse Omnibus, synes problemet i dag at handle mere om prioritering og oplevet relevans. Det kan afspejle, at Omnibus nu er langt mere synlig via nyhedsbrev og sociale medier, men at der stadig er potentiale for at styrke oplevelsen af relevans, særligt blandt studerende.

Figur 4: Begrundelser for ikke at læse i Omnibus, procent.



Note: N: 483. N Studerende: 350. N VIP: 90, N TAP: 43. Spørgsmål: "Hvorfor læser du ikke i Omnibus (sæt gerne flere kryds)?" (Stillet til alle, som kender, men ikke læser avisen).

Distribution

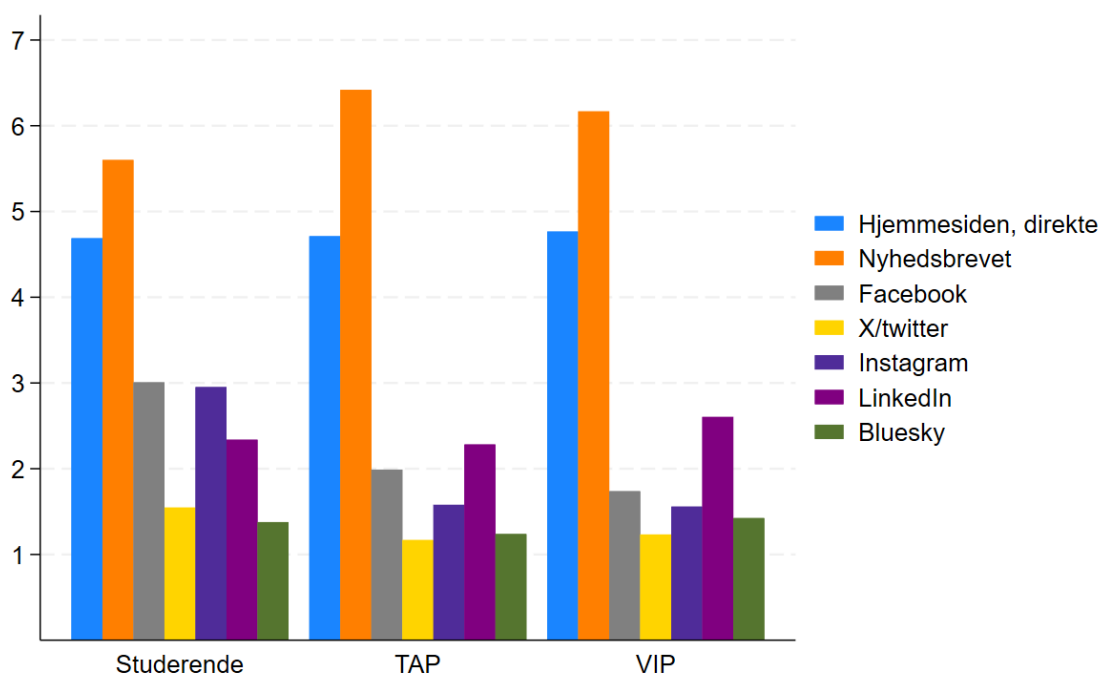
Siden sidste evaluering er Omnibus' distributionsstrategi som nævnt ændret markant. Hvor avisen tidligere udelukkende blev udgivet online med frivillig tilmelding til nyhedsbrevet, modtager samtlige studerende og ansatte nu et fast nyhedsbrev direkte i deres AU-mail. Derudover er Omnibus blevet tilgængelig på flere sociale medieplatforme end tidligere, herunder Instagram og LinkedIn, som supplerer den fortsatte tilstedeværelse på Facebook og X (tidligere Twitter). Denne udvidelse af distributionen har tydeligt en effekt på synligheden. Som figur 5 viser, er nyhedsbrevet nu den klart mest benyttede og foretrukne kanal til at tilgå Omnibus' indhold på tværs af alle grupper. TAP'erne vurderer i gennemsnit nyhedsbrevet til 6,4 på en 7-trinsskala, mens VIP'erne og de studerende ligger tæt efter (hhv. 6,2 og 5,9). Den direkte adgang via hjemmesiden rangerer næsthøjest, især blandt VIP'er, mens de studerende i højere grad angiver sociale medier, særligt Instagram og Facebook, som en vigtig kanal.

Sammenlignet med den tidligere undersøgelse er der altså sket en tydelig forskydning fra en lav grad af synlighed til en situation, hvor Omnibus i høj grad er til stede i universitetets digitale rum. Hvor over en tredjedel i 2021 slet ikke var stødt på Omnibus det seneste halve år, tyder kommentarerne nu på, at de fleste møder avisen jævnligt – omend ofte passivt gennem nyhedsbrevet snarere end aktivt via hjemmesiden. Flere respondenter fremhæver, at det faste nyhedsbrev har gjort det nemmere at

holde sig opdateret, og at de læser artikler, de ellers ikke ville have opsøgt. Samtidig påpeger nogle, at mængden af mails fra AU generelt er høj, og at nyhedsbrevet derfor kan drukne blandt øvrig kommunikation. For studerende nævnes derudover, at kendskabet fortsat kunne styrkes gennem introduktioner i studiestarten.

De kvalitative kommentarer underbygger disse tendenser. Mange respondenter beskriver, at de nu automatisk modtager Omnibus i deres indbakke, og derfor læser den oftere end tidligere. Flere fremhæver, at nyhedsbrevet fungerer som en påmindelse eller et praktisk overblik, mens hjemmesiden og de sociale medier bruges mere sporadisk. Enkelte bemærker dog, at nyhedsbrevet let kan drukne i den øvrige mailtrafik fra AU, og at synligheden fortsat kan styrkes blandt nye studerende. Samlet bekræfter kommentarerne, at distributionsændringen har øget tilgængeligheden markant, men at udfordringen fremover bliver at fastholde interessen og skabe aktivt engagement på tværs af platforme.

Figur 5: Foretrukne kanaler at tilgå Omnibus' indhold igennem, gennemsnit på skala fra 1-7.



Note: N: 2.747. N Studerende: 1.251, N VIP: 747, N TAP: 749. Spørgsmål: "I hvilken grad vil du foretrække at tilgå Omnibus' artikler gennem: (...)" (Stillet til alle respondenter). Obs: "ved ikke"-svar er kodet ud, da de ville fordreje gennemsnittet.

Nyhedsbrev

I tråd med Omnibus' øgede synlighed ses en markant udvikling i andelen af respondenter, der modtager nyhedsbrevet, jf. tabel 6. Hvor kun en mindre del tidligere tilkendegav at være tilmeldt, modtager nu langt størstedelen nyhedsbrevet automatisk. Blandt studerende angiver 82,4 %, at de modtager nyhedsbrevet, mens dette gælder for hele 97 % af TAP'er og 95 % af VIP'er. Kun en meget lille andel oplyser, at de aldrig har modtaget nyhedsbrevet eller aktivt har frameldt sig det.

Udviklingen afspejler, at strategien om automatisk tilmelding til nyhedsbrevet har haft en markant effekt på udbredelsen. Hvor 2021-evalueringen pegede på et stort potentiale for at øge tilmeldingen gennem en mere aktiv distributionsmodel, viser den nuværende undersøgelse, at denne målsætning i vid udstrækning er indfriet. Nyhedsbrevet er dermed blevet en central kanal for kontakt mellem Omnibus og universitetets ansatte og studerende.

Tabel 6: Modtager du nyhedsbrevet, procent

	Ja	Nej - jeg aldrig modtaget det	Nej - jeg har frameldt mig nyhedsbrevet	Ved ikke
Studerende	82,4	9,5	3,2	4,8
TAP	97,0	1,1	0,6	1,3
VIP	95,0	2,0	0,5	2,5

Note: N: 2.950, N Studerende: 1.363, N TAP: 790, N VIP: 797. Spørgsmål: Modtager du Omnibus' nyhedsbrev? (Stillet til alle respondenter)

Som det fremgår af figur 7, er der sket en markant udvikling i, hvor ofte respondenterne benytter Omnibus' *nyhedsbrev* til at tilgå artikler. Langt de fleste modtagere anvender nyhedsbrevet regelmæssigt – og det gælder især det teknisk-administrative personale (TAP), hvor over halvdelen tilgår artikler hver gang nyhedsbrevet udkommer. Blandt de videnskabelige medarbejdere (VIP) er det omkring to ud af fem, mens godt en fjerdedel af de studerende gør det samme.

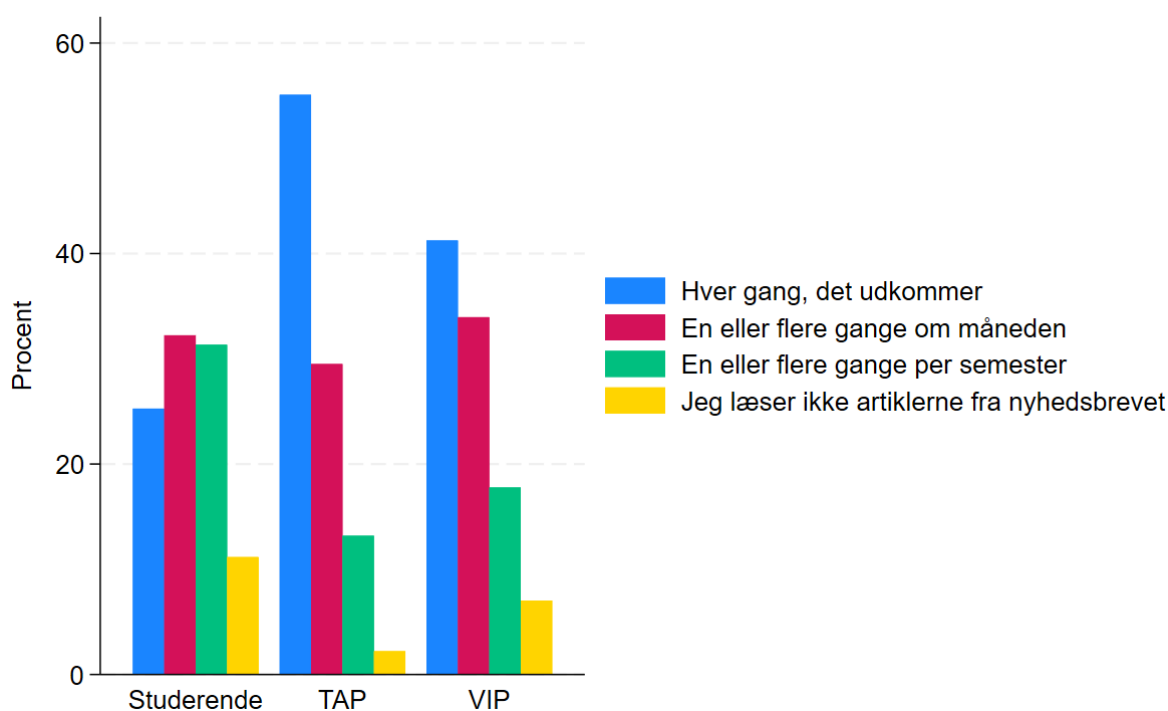
Sammenlignet med den tidligere undersøgelse tegner der sig et tydeligt skifte: Hvor læsningen tidligere var mere sporadisk og ujævn, er der nu flere, som konsekvent bruger nyhedsbrevet som adgangsvej til avisens indhold. Dette peger på, at nyhedsbrevet i stigende grad fungerer som den primære kontaktflade mellem Omnibus og universitetets ansatte og studerende.

Særligt TAP-gruppen skiller sig ud ved den mest hyppige og konsekvente anvendelse. Det kan hænge sammen med gruppens arbejdsrutiner, der ofte indebærer fast adgang til AU-mail, hvor nyhedsbrevet

modtages, samt en højere anciennitet på universitetet, hvilket ifølge den tidligere undersøgelse også korrelerer med en større grad af engagement. De studerende læser derimod artikler gennem nyhedsbrevet i et mere uregelmæssigt mønster, hvilket formentlig kan forklares ved, at de i højere grad bruger sociale medier eller AU's øvrige kanaler til at tilgå Omnibus' indhold.

Sammenfattende viser resultaterne, at alle målgrupper anvender nyhedsbrevet oftere end tidligere, og at det nu udgør en væsentlig drivkraft for den løbende læsning af Omnibus. Det understreger, at strategien med automatisk tilmelding ikke blot har øget antallet af modtagere, men også har styrket den faktiske brug af nyhedsbrevet som informationskanal.

Figur 7: Hyppighed af anvendelse af nyhedsbrevet, procent

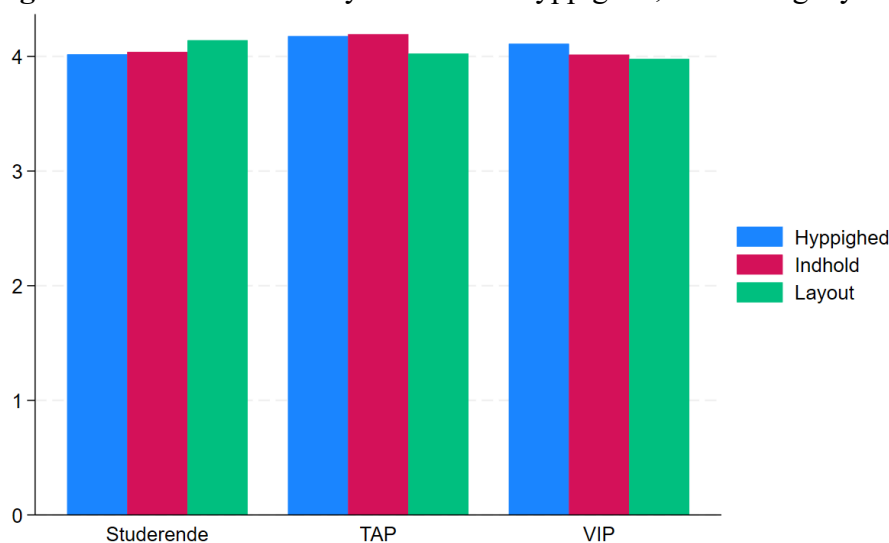


Note: N: 2.640, N Studerende: 1.120, N TAP: 766, N VIP: 754. Spørgsmål: Hvor ofte tilgår du artikler gennem nyhedsbrevet? (Stillet til dem, der modtager nyhedsbrevet).

Den positive udvikling i antallet af læsere gennem nyhedsbrevet kan hænge sammen med, at modtagerne generelt er meget tilfredse med nyhedsbrevets indhold, layout og udsendelsesfrekvens, jf. figur 8. Resultaterne viser, at modtagerne fortsat er overordnet tilfredse med nyhedsbrevet på tværs af alle tre målgrupper, jf. figur 8. Gennemsnittet for tilfredshed ligger omkring 4 på en skala fra 1 til 5 for både indhold, layout og hyppighed, hvilket vidner om et generelt højt niveau af tilfredshed.

Sammenlignet med 2021-undersøgelsen er vurderingerne bemærkelsesværdigt stabile, men forbedret. Der ses hverken markante udsving mellem grupperne eller mellem de enkelte dele af nyhedsbrevet. Studerende, TAP'er og VIP'er vurderer nyhedsbrevet stort set ens, og de tre dimensioner er næsten identisk gennemsnitligt. Dette peger på, at nyhedsbrevet i sin nuværende form fortsat opleves som velfungerende og relevant, uden tydelige svagheder i hverken form eller frekvens. Den høje og stabile tilfredshed indikerer samtidig, at nyhedsbrevet har fundet en form, der passer bredt til universitetets forskellige målgrupper, og som ikke giver anledning til væsentlige justeringer.

Figur 8: Tilfredshed med nyhedsbrevets hyppighed, indhold og layout. Gennemsnit: skala fra 1-5.

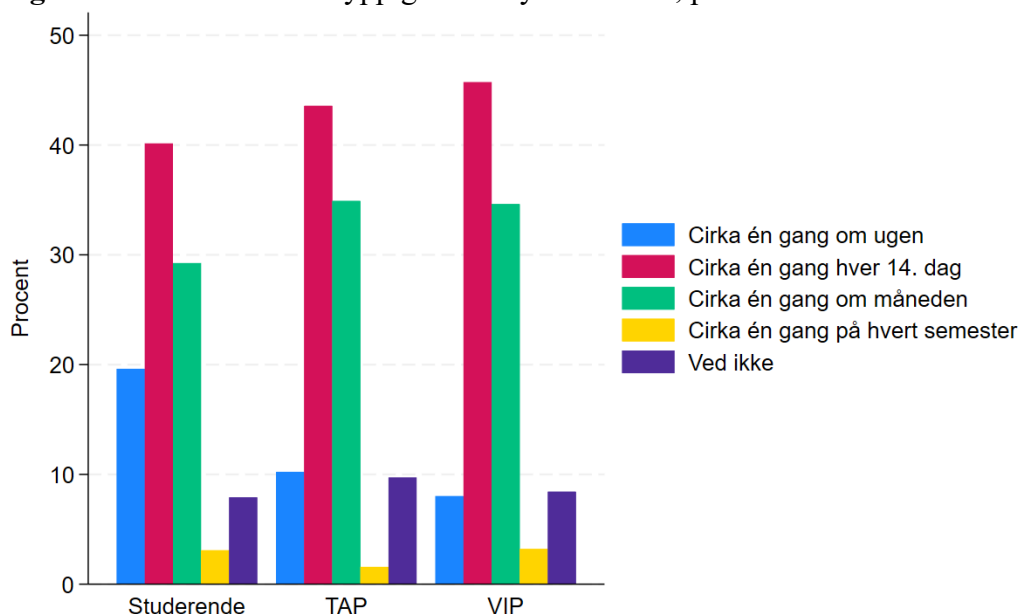


Note: N: 2.444, N Studerende: 1.018, N TAP: 734, N VIP: 692. Spørgsmål: Hvor tilfreds er du med nyhedsbrevets: ? (stillet til dem, der modtager nyhedsbrevet). "Ved ikke" svar er kodet ud for at estimere gennemsnittene.

Som det fremgår af figur 9, er der generel tilfredshed med nyhedsbrevets nuværende udsendelsesfrekvens, hvor det udkommer ca. hver anden uge. De fleste respondenter på tværs af grupperne foretrækker denne rytme frem for enten ugentlig eller månedlig udsendelse. På tværs af alle grupper er der dog større tilslutning til, at det skal udsendes sjældnere (en gang i måneden) end hyppigere (en gang i ugen). De studerende ønsker i højere grad end de øvrige grupper en ugentlig udsendelse, selvom de fleste generelt ønsker niveauet som det er eller sjældnere. Det kan hænge sammen med, at studerende generelt tilgår Omnibus' indhold mindre hyppigt, og derfor oplever et behov for flere påmindelser. Derudover ses en tendens til, at ikke-danske studerende i højere grad end danske ønsker et ugentligt nyhedsbrev, hvilket kan indikere et ønske om mere kontinuerlig information fra universitetets fælles kommunikationskanaler.

Sammenfattende tyder resultaterne på, at den nuværende kadence på hver anden uge fortsat rammer et balanceret niveau mellem informationsmængde og tilgængelighed – med potentiale for justeringer, hvis man i fremtiden ønsker at engagere de studerende endnu mere aktivt.

Figur 9: Præferencer for hyppighed af nyhedsbrevet, procent.



Note: N: 2.611. N Studerende: 1.101, N VIP: 748, N TAP: 768. Spørgsmål: "Hvis du selv kunne bestemme, hvor ofte ville du så gerne modtage nyhedsbrevet?" (Stillet til alle).

Kommentarer til distribution

Flere respondenter beskriver, at de sjældent opsøger Omnibus' hjemmeside direkte, men primært læser artikler via nyhedsbrevet. For mange fungerer nyhedsbrevet som den vigtigste adgangsvej til indholdet, mens hjemmesiden opleves som sekundær eller ukendt. Kommentarer som "*Jeg læser kun nyhedsbrevet*" og "*Jeg klikker kun, når noget dukker op i mailen*" går igen i flere varianter. Det peger på, at Omnibus i høj grad distribueres gennem push-kommunikation, hvor indholdet når læserne via mail og links, fremfor at de selv opsøger mediet aktivt. En mindre gruppe engelsksprogede respondenter fremhæver desuden, at adgangen til engelsksproget indhold opleves som begrænset, og at navigationen på hjemmesiden kan være vanskelig. Det antyder, at distributionen i praksis ikke når alle målgrupper lige effektivt, særligt blandt internationale brugere.

Flere kommentarer peger samtidig på et ønske om, at Omnibus i højere grad udnytter andre formater end det skriftlige. Nogle foreslår podcasts, videointerviews eller korte klip, der kan gøre indholdet mere levende og tilgængeligt for nye målgrupper. Sådanne tiltag kan ikke alene øge rækkevidden, men også styrke variationen i mediets formidling og tilpasningen til forskellige medievaner blandt universitetets ansatte og studerende.

Indhold

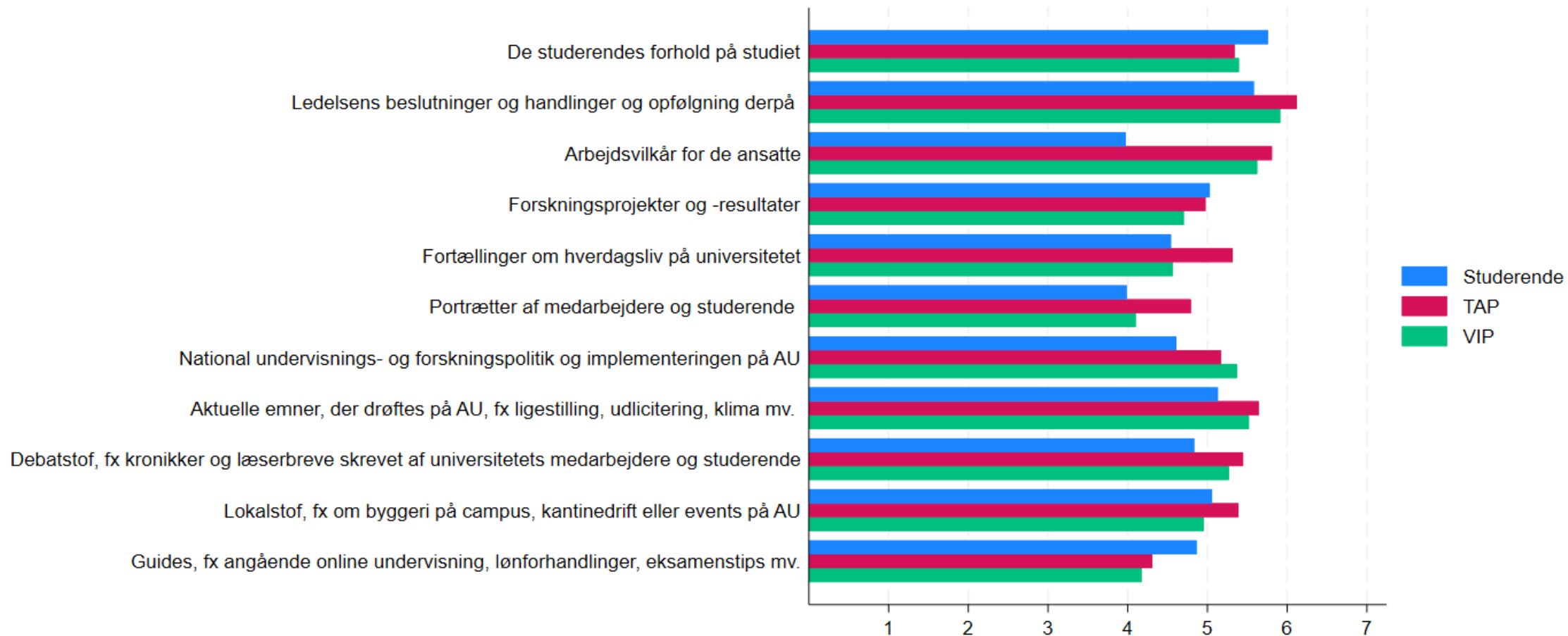
Figur 10 viser læsernes præferencer for forskellige stofområder i Omnibus. Resultaterne følger overordnet de samme mønstre som i den tidligere undersøgelse, men med enkelte forskydninger. De studerendes forhold på studiet, ledelsens beslutninger og handlinger samt aktuelle emner, der drøftes på AU, er fortsat de stofområder, som vurderes højest på tværs af målgrupperne. Det understreger, at Omnibus' rolle som forum for indsigt i universitetets beslutningsprocesser og for journalistik med bred relevans for AU's hverdag fortsat vurderes som central.

Ledelsens beslutninger og handlinger vurderes særligt højt af TAP'erne, mens VIP'erne og de studerende ligger en smule lavere. De studerende prioriterer i højere grad indhold, der direkte relaterer sig til deres egen studiehverdag, herunder guides og artikler om studerendes forhold, mens de i mindre grad interesserer sig for de ansattes arbejdsvilkår. For de to grupper af ansatte ses omvendt en større interesse for artikler, der belyser medarbejderes arbejds- og organisationsforhold. Denne forskel i interesser afspejler, at læsernes præferencer i høj grad følger deres egen position og erfaring på universitetet.

Af de mindre populære stofområder finder man portrætter, fortællinger fra hverdagslivet på universitetet, forskningsprojekter og -resultater samt guides. Særligt TAP'erne udviser dog lidt større interesse for portrætter, mens de studerende – trods den generelt lavere prioritering – fremhæver guides relateret til eksamen og studieliv som mest relevante i de kvalitative kommentarer.

Sammenlignet med sidste undersøgelse ses kun få forskydninger, men der er en markant stigning i interessen for national forsknings- og uddannelsespolitik på tværs af grupperne. Det kan hænge sammen med den øgede opmærksomhed de politiske reformer, der påvirker dimensionering, udflytning og kandidatuddannelsernes struktur, der har stor betydning for universitetet.

Figur 10: Præferencer for stofområder i Omnibus, gennemsnit på skala fra 1-7

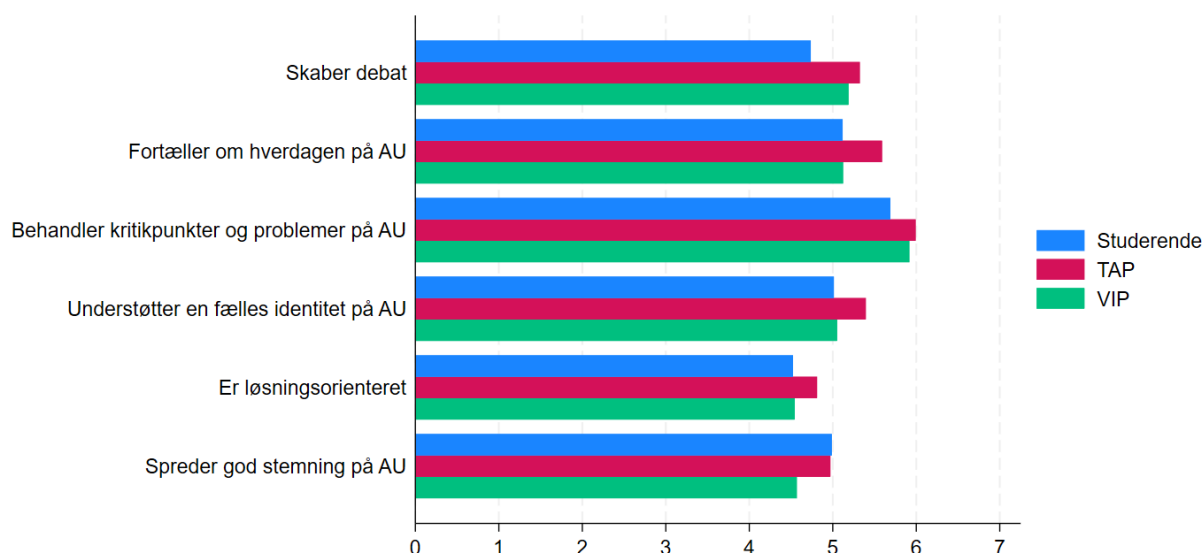


Note: N: 2.751. N Studerende: 1.253, N VIP: 752, N TAP: 742. Spørgsmål: "I hvilken grad ønsker du at læse om følgende stofområder i Omnibus?" (Stillet til alle respondenter). Obs: "ved ikke" svar er kodes ud for at kunne estimere et gennemsnit. "Ved ikke" svar er kodet ud for at estimere gennemsnittene.

Udover at undersøge hvilke stofområder, som har størst interesse, undersøgte vi også respondenternes ønsker til historiernes vinkling nærmere. Figur 11 nedenfor viser de gennemsnitlige vurderinger af, i hvilken grad respondenterne mener, at det er Omnibus' opgave at bringe forskellige typer af historier. Her er det særligt den kritiske vinkel på forskellige problemstillinger på AU, der efterspørges, hvilket kan hænge sammen med den store interesse efter historier om ledelsens beslutninger og handlinger. Det understøttes af de kvalitative kommentarer, hvor flere respondenter efterlyser, at Omnibus i højere grad udøver en kritisk og undersøgende journalistisk. Kommentarer som *“Omnibus virker som AU-information, hvor der sjældent stilles kritiske spørgsmål”* og *“mere gravende journalistik”* går igen i flere varianter. Andre lægger samtidig vægt på, at Omnibus ikke bør være unødigt kritisk eller konfliktorienteret, men derimod fastholde en saglig og balanceret tilgang, der styrker tilliden til mediet som en fælles platform for ansatte og studerende. Samlet set peger svarene på, at Omnibus' læsere forventer kritisk, men konstruktiv journalistik, der både udfordrer og samler universitetet. Særligt TAP-gruppen er interesseret i historier, der fortæller om hverdagen på AU understøtter en fælles identitet på AU. Derudover angiver begge medarbejdergrupper, at de ønsker indhold, der skaber debat.

Hvis vi sammenholder nærværende rapportens resultater med den tidligere, ser vi i høj grad den samme tendens. Der er altså en gennemgående opfattelse af, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der især behandler kritikpunkter og problemer på AU.

Figur 11: Præferencer for typen af nyheder i Omnibus, gennemsnit på skala fra 1-7



Note: N: 2565. N Studerende: 1.146. N VIP: 700, N TAP: 719. Spørgsmål: *“I hvilken grad mener du, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der:”* (stillet til alle respondenter). *“Ved ikke”* er kodet ud for at kunne estimere et gennemsnit.

Opsummerende kan vi ud fra de kvalitative kommentarer og den kvantitative undersøgelse sige, at der på tværs af grupperne er et ønske om at dække kritikpunkter og problemer, herunder ledelsesmæssige beslutninger, handlinger og opfølgning. Dog ses der en stigende interesse for national undervisnings- og forskningspolitik. Samtidig er der også præferencer for en balanceret journalistisk stil hos Omnibus, hvor både de positive og de kritiske sider af universitetets hverdag dækkes. Generelt ser vi i høj grad samme tendenser i respondenternes præferencer for indhold, hvor særligt de studerende finder historier om deres egen gruppe væsentligt mere interessante at læse om.

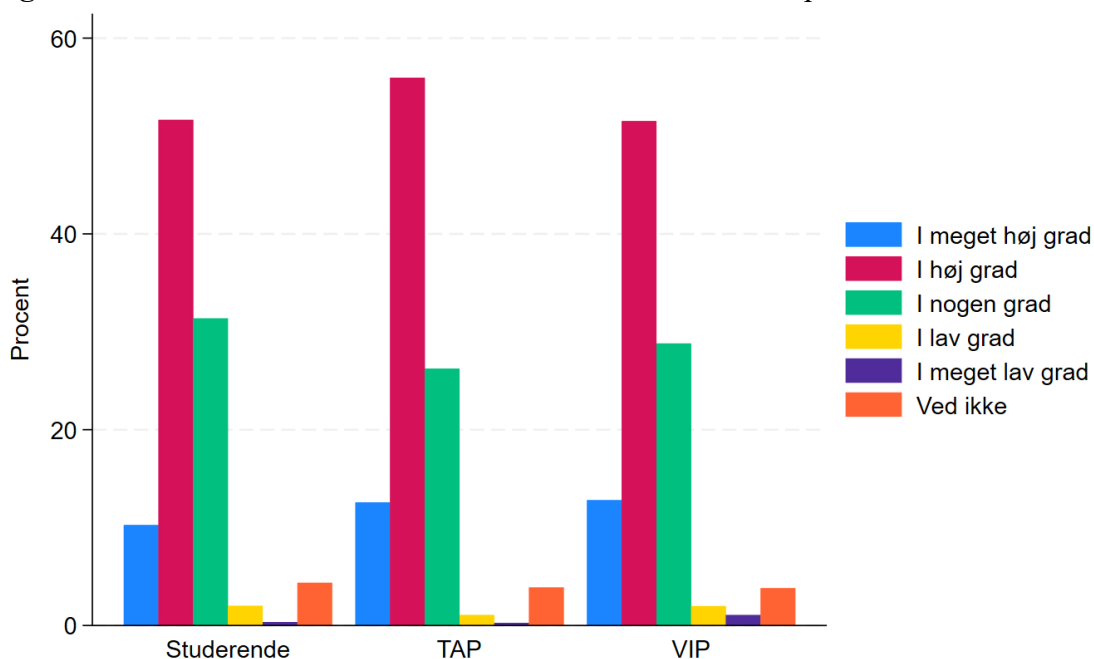
Tilfredshed med indholdet

For at undersøge, hvor tilfredse læserne er med Omnibus' nuværende indhold, blev de bedt om at vurdere, i hvilken grad avisen indfrier deres ønsker til stofområder. Resultaterne fremgår af figur 12. Her ses en høj grad af overensstemmelse mellem målgrupperne, idet alle generelt udtrykker stor tilfredshed med de emner, Omnibus dækker.

Samlet set angiver 64,5 % af respondenterne, at deres ønsker i "meget høj grad" eller "høj grad" bliver indfriet. Det peger på, at Omnibus i øjeblikket har en stærk overensstemmelse mellem læsernes interesser og det aktuelle indhold. Ser man på grupperne hver for sig, er TAP'erne en smule mere tilfredse end de øvrige, men forskellene er små, og billedet er gennemgående positivt.

Sammenlignet med den tidligere undersøgelse ses en markant stigning i tilfredsheden. Hvor andelen af respondenter, der svarede i "meget høj grad" eller "høj grad", i den tidligere rapport udgjorde 21,7 %, ligger andelen nu på 64,5 %. Selvom forskellen delvist kan skyldes den tidligere rapports opdeling af læsere og ikke-læsere, indikerer resultaterne, at Omnibus i stigende grad opleves som relevant og dækkende i forhold til læsernes ønsker til stofområder.

Figur 12: Tilfredshed med nuværende stofområder i Omnibus, procent

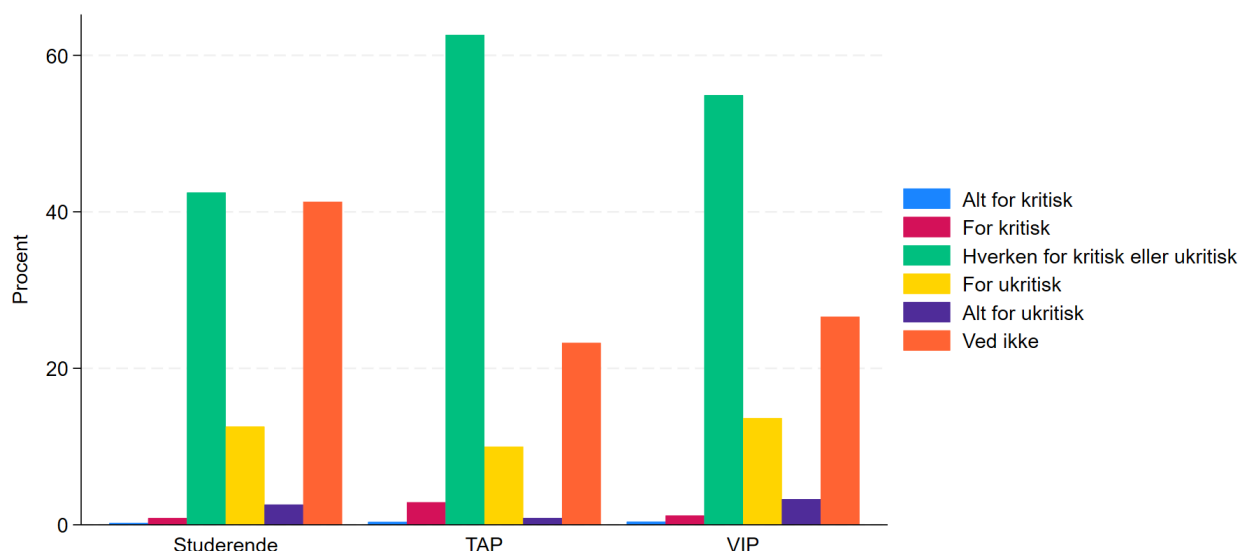


Note: N: 2.226. N Studerende: 848, N VIP: 722, N TAP: 656. Spørgsmål: "I hvilken grad mener du, at Omnibus indfrier dine ønsker til stofområder i øjeblikket? (stillet til dem, der læser avisen)"

For yderligere at belyse tilfredsheden med indholdet blev respondenterne spurgt, om de oplever, at Omnibus er for kritisk eller for ukritisk over for AU's ledelse. Ud fra figur 13 vurderer de fleste, at Omnibus rammer et passende niveau. Overordnet set er der altså en generel tilfredshed med avisens nuværende linje, som af læserne opleves som hverken for konfronterende eller for loyal. TAP-gruppen skiller sig ud som den mest tilfredse, mens VIP'erne i lidt højere grad efterspørger en mere kritisk tilgang. Samtidig ses en forholdsvis stor andel af respondenter, der svarer "ved ikke" – særligt blandt de studerende, hvor hele 41,3 % angiver dette. Det kan tyde på, at en del af læserne enten ikke har et klart indtryk af Omnibus' redaktionelle linje, eller at spørgsmålet ikke opleves som direkte relevant for dem.

Selvom de kvalitative kommentarer peger på et ønske om, at Omnibus i højere grad udøver kritisk og undersøgende journalistik, afspejler de kvantitative resultater ikke et udbredt ønske om at ændre kurs. Kun 10-17 % af respondenterne på tværs af grupperne mener, at avisen burde være mere kritisk, mens meget få finder den for kritisk. Sammenlignet med den tidligere rapport ses en mindre forskydning: hvor der tidligere var en tydeligere efterspørgsel efter skarpere kritik, er vurderingen nu mere balanceret. Det tyder på, at Omnibus i stigende grad opleves som et medie, der forholder sig kritisk på en konstruktiv og afbalanceret måde, hvilket harmonerer med mange af de tendenser, der fremgår af de kvalitative kommentarer.

Figur 13: Opfattelse af Omnibus' vinkling af historier om AU's ledelse, procent



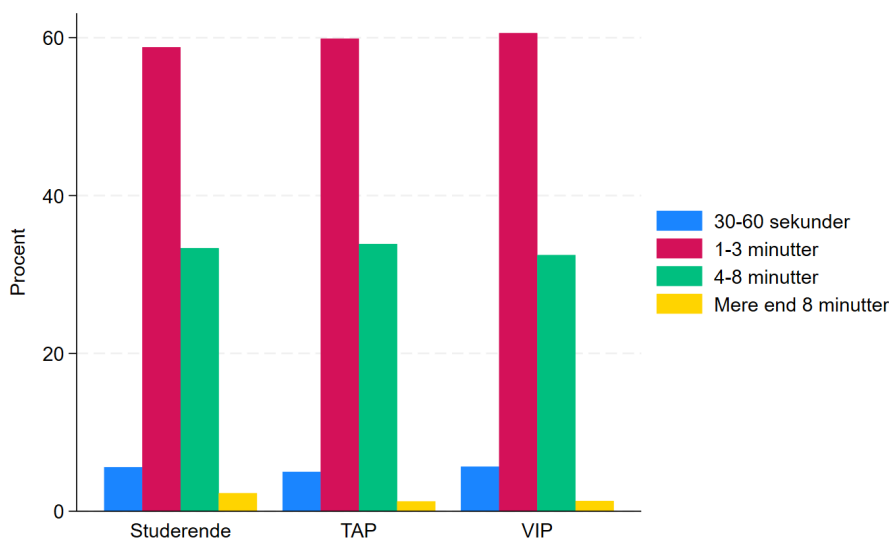
Note: N: 2.805. N Studerende: 1.274, N VIP: 768, N TAP: 763. Spørgsmål: "Mener du, at Omnibus er for kritisk eller ukritisk over for AU's ledelse?" (stillet til alle respondenter).

Foretrukken læsetid

Som det fremgår af figur 14, er der generelt stor overensstemmelse mellem målgrupperne, når det gælder den foretrukne længde på artikler. På tværs af studerende, TAP'er og VIP'er foretrækker et klart flertal artikler med en læsetid på 1-3 minutter, mens artikler med en læsetid på 4-8 minutter udgør den anden mest prioriterede læsetid. Kun få læsere angiver, at de foretrækker helt korte tekster på under ét minut eller længere, dybdegående artikler på over otte minutter.

Resultatet tyder på, at Omnibus' nuværende format med korte til mellemlange artikler i høj grad matcher læsernes ønsker. Samtidig indikerer fordelingen, at der stadig er et vist potentiale for længere artikler, særligt blandt de læsere, der efterspørger mere dybdegående journalistik om universitetets beslutninger og forskningsområder.

Figur 14: Foretrukken læsetid, procent

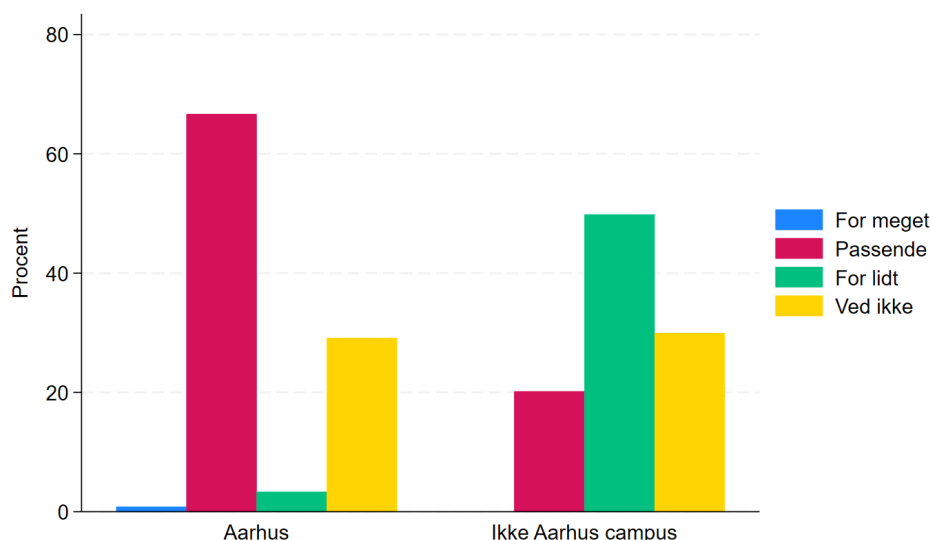


Note: N: 2.798. N studerende: 1.269, N VIP: 761, N TAP: 768. Spørgsmål: "Hvor lang tid vil du foretrække, at det tager at læse en typisk artikel i Omnibus?" (Stillet til alle respondenter)

Indholdets repræsentativitet

Som det fremgår af figur 15, er der markante forskelle i oplevelsen af repræsentation mellem respondenter fra Aarhus-campus og de øvrige campusser. Et klart flertal på cirka 67 % af respondenterne fra Aarhus vurderer, at deres campus er passende repræsenteret i Omnibus, mens kun få vurderer, at Aarhus-campus fylder for lidt eller for meget. Blandt respondenter fra de øvrige campusser – herunder Viborg, Emdrup og Herning – er billedet omvendt. Her svarer en stor andel, at deres campus er for lidt repræsenteret i Omnibus, mens en mindre del finder repræsentationen passende. Omtrent en tredjedel svarer "ved ikke", hvilket kan indikere usikkerhed om, i hvilket omfang Omnibus dækker de forskellige campusmiljøer. Resultaterne peger samlet set på, at Omnibus opleves som Aarhus-centreret, og at medarbejdere og studerende uden for Aarhus i højere grad efterlyser synlighed og dækning af deres egne faglige og sociale miljøer. Det afspejler et tydeligt geografisk skel i oplevelsen af repræsentation, som også genfindes i de kvalitative kommentarer.

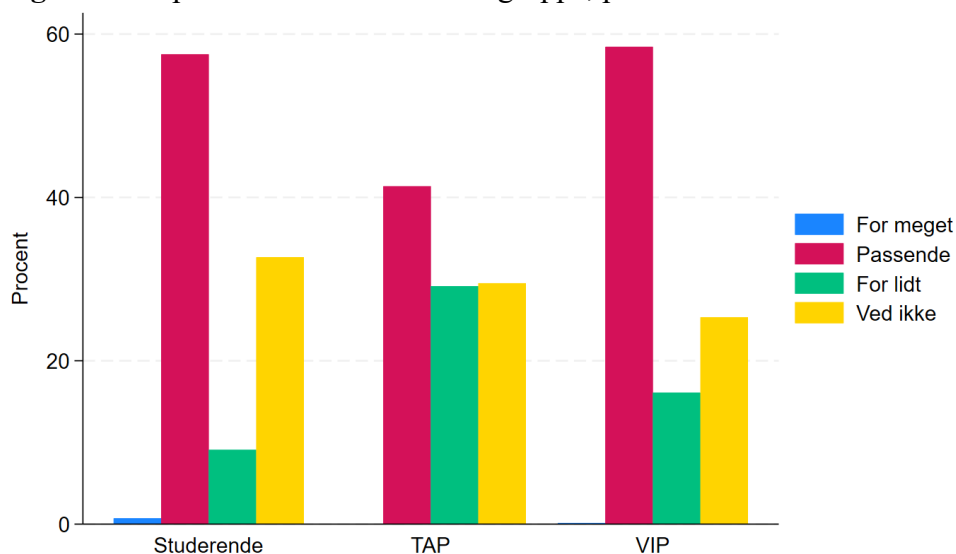
Figur 15: Repræsentation i forhold til campus, procent:



Note: N: 2.835. N Aarhus: 2.512, N Ikke-Aarhus: 317. Spørgsmål: "I hvilket omfang føler du, at din campus (Aarhus, Viborg, Emdrup, osv.) er repræsenteret i Omnibus?" (stillet til alle respondenter).

Som det fremgår af figur 16, vurderer størstedelen af både studerende og VIP'er, at deres gruppe er passende repræsenteret i Omnibus. Blandt TAP'erne er billedet mere delt, og en større andel oplever, at deres gruppe er for lidt repræsenteret. Tendensen bekræfter mønstrene fra de kvalitative kommentarer, hvor flere TAP-respondenter efterlyser mere indhold om administrative medarbejdere og arbejdsforhold. Samlet set tyder resultaterne på, at Omnibus opleves som balanceret i forhold til studerende og VIP'er, men med et fortsat udviklingspotentiale i forhold til TAP-gruppen.

Figur 16: Repræsentation i forhold til gruppe, procent:



Note: N: 2.790. N Studerende: 1.267, N VIP: 758, N TAP: 768. Spørgsmål: "I hvilket omfang føler du, at din gruppe (studerende, VIP, TAP) er repræsenteret i Omnibus?" (stillet til alle respondenter)

Andre perspektiver fra respondenterne

Kommentarerne om Omnibus' indhold udgør en af de mest omfattende dele af materialet og spænder fra overordnet tilfredshed til ønsker om større variation, mere kritisk journalistik og tydeligere målretning. En stor del af respondenterne vurderer indholdet som relevant, informativt og professionelt udført. Flere fremhæver, at Omnibus "fylder et vigtigt hul ud" og giver "et godt indblik i hele universitetets hverdag". Denne gruppe ser avisen som et samlende medie, der bidrager med perspektiver på tværs af fakulteter og stillingskategorier. Enkelte beskriver nyhedsbrevet som "overskueligt at orientere sig i" og fremhæver, at der "næsten altid er mindst én overskrift, der fanger interessen".

Samtidig er der mange, som efterlyser større variation og tydeligere redaktionel profil. Flere oplever, at indholdet i perioder fremstår for ensartet eller for snævert vinklet. Nogle peger på, at artiklerne i høj grad handler om Aarhus-campus og i mindre grad om de øvrige campusser eller administrative medarbejdere (TAP). Der efterlyses i den forbindelse en bredere geografisk og organisatorisk repræsentation, så flere dele af universitetet kan genkende sig selv i stoffet. Enkelte bemærker, at dækningen ofte centrerer sig om studerende og forskere, mens medarbejdere i støtte- og driftsfunktioner i mindre grad får plads. For nogle giver det indtryk af, at Omnibus primært henvender sig til universitetets akademiske hovedgrupper, studerende og forskere, mens andre medarbejdergrupper i mindre grad føler sig repræsenteret. Et mere varieret og balanceret indhold – både hvad angår faglige miljøer, campusser og medarbejdergrupper – vurderes derfor som en mulighed for at øge relevansen og styrke oplevelsen af fællesskab på tværs af universitetet.

Flere engelsksprogede respondenter efterlyser et stærkere fokus på tilgængelighed og inklusion af internationale læsere. Nogle oplever, at mange artikler kun er tilgængelige på dansk, hvilket begrænser deres mulighed for at følge med i universitetets nyheder og debatter. Denne oplevelse eksisterer, selvom langt hovedparten af Omnibus' indhold faktisk udgives i både dansk og engelsk version. Det peger på, at synligheden af de engelsksprogede artikler kan styrkes yderligere. Omnibus har siden begyndelsen udkommet med både en dansk og engelsk version, og siden foråret 2025 er der arbejdet målrettet med at øge mængden og frekvensen af engelsksproget indhold, så det nu stort set er på højde dansksproget indhold. Besvarelsener tyder dog på, at et fortsat systematisk fokus på synlighed, formidling og versionering er vigtigt for at sikre, at internationale læsere i højere grad oplever indholdet som lige så tilgængeligt som de dansksprogede brugere. Respondenterne efterspørger ud over tydelig adgang til engelsksproget indhold også flere historier, der repræsenterer

internationale medarbejders og studerendes perspektiver. Kommentarerne peger dermed på et ønske om, at Omnibus i højere grad kommunikerer på tværs af sproggrænser og derigennem understøtter et fælles universitetsfællesskab på tværs af danske og internationale læsere.

Samlet set viser kommentarerne, at læserne værdsætter *Omnibus* som et relevant og troværdigt medie, men samtidig ser et potentiale for at styrke variationen, den kritiske profil og målgruppetilpasningen. Indholdet opleves som bedst, når det formidler både fælles historier og forskelligheder på tværs af universitetet – og når det balancerer mellem at informere, engagere og udfordre læseren.

Layout

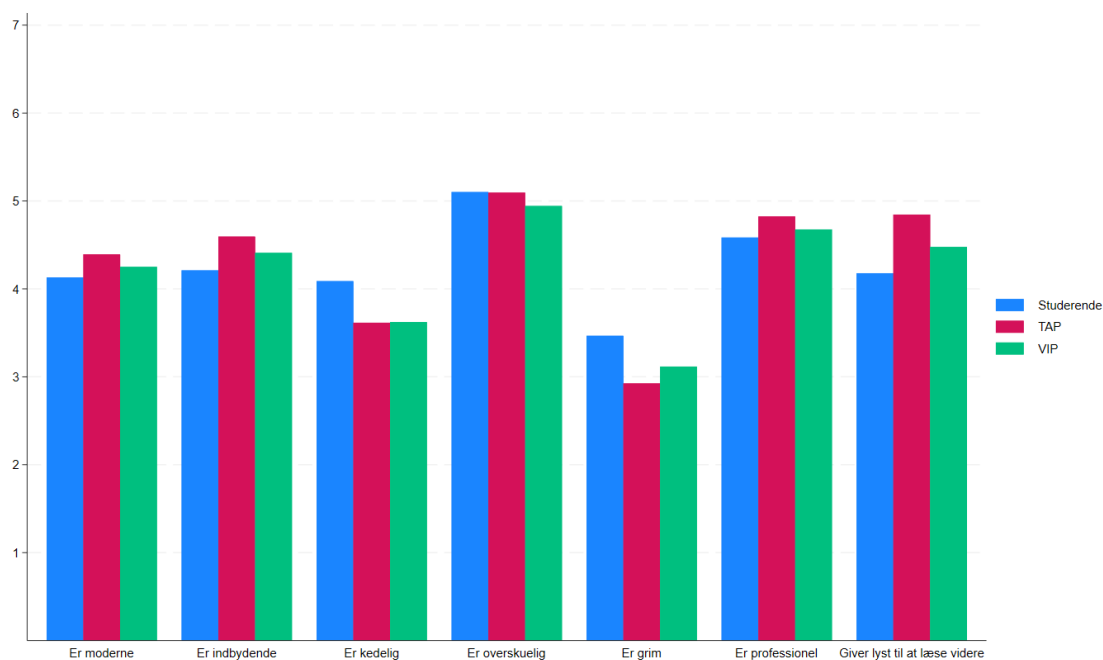
Respondenterne er i spørgeskemaet blevet bedt om at vurdere det nye layout på *Omnibus'* hjemmeside og artikler for at belyse, hvordan det visuelle udtryk påvirker lysten til at læse indholdet. I spørgeskemaet blev der vist eksempler på forsiden med en række artikler, hvorefter deltagerne tog stilling til en række spørgsmål om design, overskuelighed og æstetik. Siden sidste evaluering er *Omnibus'* visuelle identitet blevet ændret markant. Avisen har fået nyt logo, ny farveprofil og et opdateret billedudtryk. Det tidligere layout blev af mange i 2021-undersøgelsen opfattet som tungt og en smule forældet. Da der ikke var nogen nævneværdig forskel i vurderingen af layoutet blandt læsere på computer og mobiltelefon, har vi slået disse sammen.

Som det fremgår af figur 14, vurderes layoutet på Omnibus' hjemmeside generelt som middelgodt. På tværs af grupperne vurderes hjemmesiden som overskuelig og professionel, men uden at skille sig positivt ud på dimensioner som *moderne*, *indbydende* eller *giver lyst til at læse videre*. Det vidner om, at brugerne overordnet set oplever designet som funktionelt, men ikke særligt engagerende.

De tre målgrupper ligger tæt på hinanden i vurderingerne. TAP'erne er en anelse mere positive end de øvrige, særligt når det gælder hjemmesidens professionalisme, mens de studerende generelt vurderer layoutet lidt lavere – især på modernitet og visuel appel.

Samtidig vurderes hjemmesiden i lav grad som *grim* og *kedelig*, hvilket understøtter billedet af et nøgternt og neutralt design, der fungerer, men ikke i sig selv motiverer til videre læsning. Samlet set indikerer resultaterne, at Omnibus' hjemmeside opleves som stabil og brugbar, men at der er tydelig plads til forbedring i forhold til at gøre layoutet mere indbydende, visuelt levende og tidssvarende.

Figur 14: Vurderinger af layoutet på Omnibus' hjemmeside, gennemsnit på skala fra 1-7

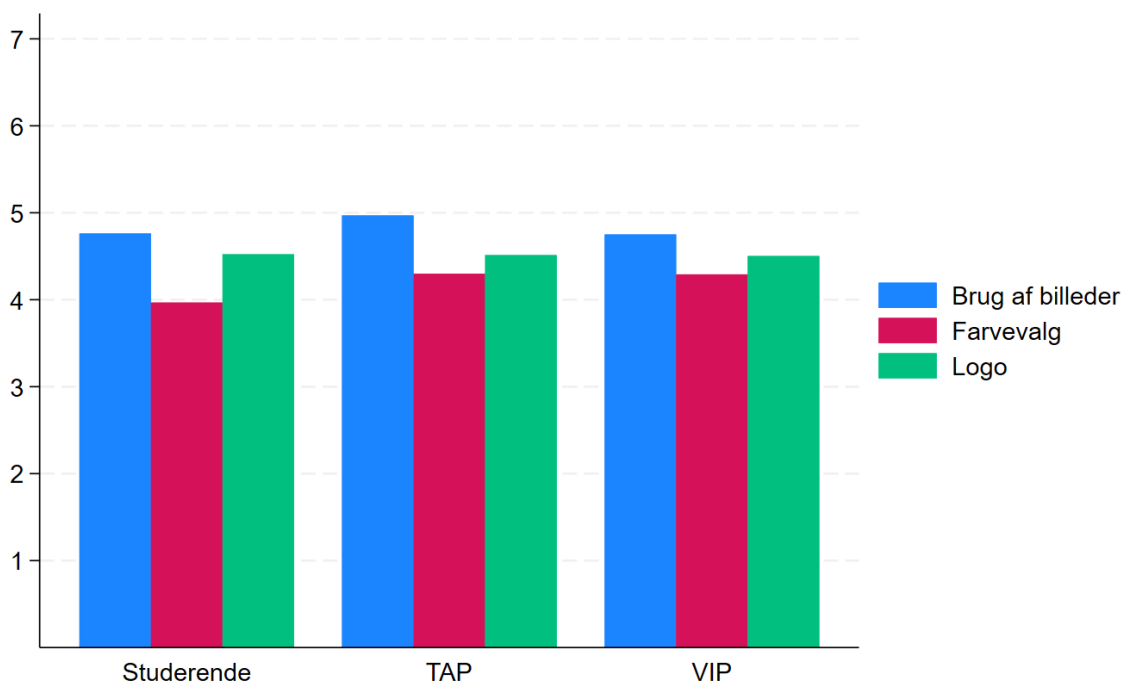


Note: N: 2.466. N Studerende: 1.167, N VIP: 639, N TAP: 660. Spørgsmål: "I hvilken grad mener du, at hjemmesiden" (Stillet til alle). "Ved ikke" svar er kodet ud for at estimere gennemsnittene.

Som det fremgår af figur 15, ligger vurderingerne af Omnibus' forside generelt i middelloområdet. Respondenterne er mest positive over for brugen af billeder, som opnår den højeste gennemsnitsscore på tværs af alle målgrupper. Logoet vurderes ligeledes forholdsvis positivt, mens farvevalget får de laveste vurderinger. Forskellene mellem målgrupperne er små, men TAP'erne er en anelse mere tilfredse end de øvrige grupper på alle tre parametre. De studerende ligger konsekvent lidt lavere, særligt i vurderingen af farvevalg.

Samlet set peger resultaterne på, at forsiden vurderes som funktionel og visuelt acceptabel, men uden at fremstå særligt markant eller visuelt inspirerende. Den højere vurdering af billedbrug indikerer dog, at det visuelle element spiller en positiv rolle i helhedsindtrykket, mens farvevalg og logo fortsat rummer forbedringspotentialer, hvis hjemmesiden skal opleves som mere moderne og indbydende.

Figur 15: Vurderinger af layoutet på Omnibus' forside, gennemsnit på skala fra 1-7



Note: N: 2.417. N Studerende: 1.183, N VIP: 607, N TAP: 627. Spørgsmål: "Hvad synes du om forsídens (...)?" (Stillet til alle). "Ved ikke" svar er kodet ud for at estimere gennemsnittene.

Kommentarer til layoutet

Som de ovenstående tabeller viser, ser det ud til, at der er et potentiale i at forberede layoutet. Flere respondenter kommenterede på layoutet af Omnibus' nyhedsbrev, og temaet fremstår som et gennemgående fokuspunkt i materialet. Kommentarerne relaterer sig både til nyhedsbrevets visuelle udtryk, dets tekniske funktionalitet og oplevelsen af overblik og tilgængelighed.

En stor del af respondenterne beskriver layoutet som kompakt, ufærdigt eller uoverskueligt. Mange oplever, at nyhedsbrevet indeholder for meget tekst og for mange links samlet på ét sted, hvilket gør det vanskeligt at danne sig et hurtigt overblik. Flere foreslår, at nyhedsbrevet gøres kortere, mere luftigt og struktureret med tydeligere adskillelse mellem sektioner. Enkelte foreslår også, at der i toppen af mailen præsenteres et klikbart overblik over de vigtigste artikler. En respondent skriver eksempelvis, at "*layoutet fremstår ufærdigt og ikke let gennemskueligt*", mens en anden bemærker, at "*nyhedsbrevet på computer er smalt og tæt; ville foretrække mere luft*". Flere respondenter kommenterer på hjemmesidens visuelle kendetegn, herunder særligt logoet og andre grafiske elementer. De bemærkninger, der specifikt omhandler logoet, peger på et tab af genkendelighed og identitet efter ændringer i designet. En respondent fremhæver savnet af '*den gule prik*' som et unikt træk ved Omnibus' tidligere visuelle udtryk, mens en anden beskriver '*den sorte sol*' i logoets øverste

hjørne som truende og ubehagelig. Samtidig oplever enkelte, at dekorative elementer som udråbstegn og *“kruseduller virker barnlige”* og ikke passer til et akademisk medie. Samlet set tyder kommentarerne på, at Omnibus’ visuelle identitet spiller en væsentlig rolle for, hvordan hjemmesiden opfattes. Nogle respondenter efterlyser et mere moderne og visuelt tiltalende layout med større skrifttyper, tydeligere hierarki i overskrifterne og bedre balance mellem tekst og billeder. Flere foreslår, at nyhedsbrevet fokuserer på færre, men mere fremhævede historier, for eksempel *“highlight 3–5 vigtigste”*, frem for at præsentere en lang række korte links.

Derudover peger mange på tekniske og visuelle udfordringer ved nyhedsbrevet. Flere oplever, at billeder ikke vises korrekt, at tekst og links står for tæt, eller at mailen fremstår *“tung”* og teknisk fejlbehæftet. Kommentarer som *“mit mailprogram blokerer billeder”* og *“links i mailen åbner ikke i ny fane”* illustrerer, at læseoplevelsen også påvirkes af tekniske begrænsninger. Heri ligger et klart forbedringspotentiale.

De engelsksprogede respondenter fremhæver mange af de samme problemer, men med et særligt fokus på sproglig tilgængelighed og læselighed. Flere beskriver, at det kan være vanskeligt at skelne mellem dansk og engelsk indhold i layoutet, og at formateringen opleves som rodet eller overfyldt. Som en respondent formulerer det: *“Formatting is poor; too much underlining; not enough distinction.”*

Samlet peger kommentarerne på, at layoutet – ud over at være et æstetisk spørgsmål – har betydning for brugernes oplevelse af nyhedsbrevets tilgængelighed og læsevenlighed. Flere respondenter forbinder det visuelle udtryk direkte med deres motivation for at læse Omnibus og efterspørger et format, der er lettere at orientere sig i, teknisk stabilt og mere visuelt balanceret.

Opsummering

Vi har i denne rapport præsenteret resultaterne af den seneste læserundersøgelse af Aarhus Universitets avis, *Omnibus*, og suppleret de kvantitative resultater med kvalitative kommentarer fra spørgeskemaet. Undersøgelsen omfatter besvarelser fra i alt 3.087 personer) og vurderes som et solidt og bredt datagrundlag for universitetets tre hovedmålgrupper. Fordelingen i stikprøven afspejler generelt universitetets sammensætning, dog med en underrepræsentation af studerende og en svag overrepræsentation af Health, Natural Sciences og Fællesadministrationen.

Sammenlignet med den forrige evaluering fra 2021 viser resultaterne en markant fremgang i kendskab og læseniveau. I alt 93,5 % af respondenterne kender Omnibus – en betydelig stigning siden sidst – og 82,5 % af disse angiver, at de læser avisen. Fremgangen vurderes at hænge tæt sammen med, at Omnibus' nyhedsbrev nu udsendes automatisk til alle nye studerende og ansatte, samt at avisen har fået en mere aktiv tilstedeværelse på sociale medier. Nyhedsbrevet fungerer som den primære distributionskanal, og den nuværende 14-dages udgivelsesfrekvens foretrækkes af flertallet. Samtidig peger flere respondenter på et ønske om større formatmæssig variation, herunder podcasts og videoer som supplement til de skriftlige artikler.

Indholdsmæssigt er der fortsat høj tilfredshed på tværs af målgrupperne. Hele 64,5 % vurderer, at Omnibus i høj eller meget høj grad indfrier deres ønsker til stofområder. Særligt tre temaer fremhæves som centrale: de studerendes forhold, ledelsens beslutninger og aktuelle emner på AU. Omvendt vurderes portrætter, guides og hverdagslivsartikler som mindre relevante. Der ses dog en tydelig stigning i interessen for national forsknings- og uddannelsespolitik, hvilket formentlig hænger sammen med de aktuelle diskussioner om reformer og universiteternes rolle i samfundet.

De kvalitative kommentarer viser en fortsat balancering mellem ønsket om kritisk journalistik og en samlende tone. Flere læsere efterspørger, at Omnibus går mere kritisk til ledelsen og følger beslutninger tættere, mens andre værdsætter, at mediet fastholder en saglig og konstruktiv tilgang, som understøtter fællesskabet på AU. Samlet set peger kommentarerne på, at Omnibus i stigende grad opfattes som et troværdigt og uafhængigt medie, der samtidig formår at bevare en respektfuld tone i universitetets interne debat.

Et andet gennemgående tema omhandler repræsentation og inklusion. Læsere fra campusser uden for Aarhus oplever i højere grad, at deres lokalområde er for lidt repræsenteret i Omnibus, og mange TAP-respondenter efterlyser flere historier om administrative medarbejdere, arbejdsforhold og trivsel. Samtidig fremhæves behovet for større fokus på engelsksprogede studerende og internationale

ansatte, både gennem flere artikler på engelsk og ved at inddrage internationale perspektiver i den redaktionelle dækning. Tilsammen peger dette på et behov for, at Omnibus i højere grad afspejler hele universitetets mangfoldighed – på tværs af geografi, stillingskategori og sprog.

Når det gælder layoutet, vurderes hjemmesiden fortsat som funktionel og overskuelig, men mange finder den lidt ensartet og visuelt uninspirerende. Farvevalget og forsiden med store billeder får blandede vurderinger, og flere respondenter efterlyser mere hierarki mellem billeder og tekst, luft i designet samt et mere moderne og levende udtryk. Ændringen af layoutet siden 2021 har med andre ord ikke fuldt ud imødekommet den tidligere kritik, og der er fortsat et klart udviklingspotentiale på det visuelle område.

Samlet set viser evalueringen, at Omnibus har styrket sin position betydeligt siden 2021. Kendskab og læseniveau er steget markant, og indholdet vurderes som relevant, troværdigt og i tråd med læsernes forventninger. Samtidig står det klart, at repræsentation og til dels layout fortsat er de mest oplagte områder for videre udvikling. Omnibus fremstår dermed som et solidt forankret og anerkendt medie blandt universitetets ansatte og studerende, men med mulighed for yderligere at udbygge sin rolle som et fælles, levende og inkluderende forum for hele Aarhus Universitet.

Appendiks

Metodisk fremgangsmåde

Nærværende rapport bygger på kvantitative data indsamlet gennem en spørgeskemaundersøgelse udsendt til alle ansatte og studerende ved Aarhus Universitet samt øvrige abonnenter på Omnibus' nyhedsbrev. Undersøgelsen havde til formål at kortlægge målgruppernes kendskab til, brug af og vurdering af Omnibus med særligt fokus på indhold, layout, distribution og relevans. Undersøgelsen blev distribueret digitalt via Aarhus Universitets interne kommunikationskanaler og lå åben for besvarelser i knap tre uger. Respondenterne kunne besvare både lukkede spørgsmål og åbne kommentarfelder, hvor de havde mulighed for at uddybe deres oplevelser og forslag. Disse fritekstsvare er efterfølgende blevet analyseret tematisk for at supplere de kvantitative resultater med kvalitative indsigter.

Det skal dog bemærkes, at undersøgelsen sandsynligvis er påvirket af en vis selvselektionsbias. Da besvarelsen af spørgeskemaet har været frivillig, er det rimeligt at antage, at respondenter med aktivt kendskab til Omnibus i højere grad har været motiverede for at deltage. Det betyder, at resultaterne for kendskab, læsefrekvens og tilfredshed muligvis fremstår en smule højere, end de ville gøre i den samlede population. Dette vurderes dog ikke at ændre ved hovedtendenserne, men bør tages i betragtning ved fortolkningen af resultaterne. Sammenligningen over tid er dog meget valid, da risikoen for selektions var den samme i 2021 og dermed påvirker begge målinger i samme retning.

Udformning af spørgeskema

Spørgeskemaet er udformet med udgangspunkt i den samme struktur som ved den seneste evaluering af Omnibus i 2021. For at muliggøre sammenligning over tid er de tidligere anvendte fire hovedtemaer genanvendt: *kendskab og relevans*, *distribution*, *indhold* og *layout*. Under hvert tema er der udviklet en række spørgsmål, som belyser respondenternes oplevelser og vurderinger af *Omnibus* inden for det pågældende område. Til udvalgte spørgsmål er der tilføjet åbne kommentarfelder, hvor respondenterne har haft mulighed for at uddybe deres svar og komme med forslag til forbedringer. De kvalitative input er efterfølgende anvendt som supplement til den kvantitative analyse. Spørgeskemaet har været tilgængeligt både på dansk og engelsk for at sikre, at både danske og internationale studerende og medarbejdere kunne deltage på lige vilkår. Det fulde spørgeskema kan findes på dansk i appendiks.

Det er særligt relevant at se resultaterne i denne undersøgelse i lyset af de ændringer, der er sket siden 2021. Omnibus' nyhedsbrev udsendes nu automatisk til alle nye studerende og ansatte, hvilket har øget den generelle eksponering og i høj grad kan forklare det højere kendskab og læseniveau. Samtidig har Omnibus fået en mere aktiv tilstedeværelse på sociale medier. Disse forhold bør tages i betragtning, når resultaterne sammenlignes med tidligere år.

Dataindsamling

Spørgeskemaundersøgelsen blev distribueret gennem Aarhus Universitets mailsystem og udsendt til alle studerende og ansatte via deres officielle AU-mailadresser. Dataindsamlingen forløb over knap tre uger i efteråret 2025 fra 24/9 til 11/10. Sidst i perioden blev der udsendt én påmindelse via mailsystemet. Undersøgelsen blev desuden delt gennem Omnibus' egne kanaler – herunder nyhedsbrevet, hjemmesiden og sociale medier – for at øge kendskabet til undersøgelsen og antallet af besvarelser. For at øge incitamentet til at besvare spørgeskemaet kunne respondenter, der gennemførte spørgeskemaet, tilmelde sig en lodtrækning om 50 gavekort à 100 kroner.

En del respondenter påbegyndte spørgeskemaet uden at fuldføre det. For at sikre datakvaliteten er der derfor fastsat en grænse for inklusion, så kun besvarelser med mindst 66 % gennemførte spørgsmål indgår i analyserne. Dette svarer til grænsen fastsat i undersøgelsen fra 2021. Det betyder, at 3.087 delvist fuldførte, men substantielt besvarede spørgeskemaer er medtaget i det endelige datasæt. Det samlede antal respondenter, der indgår i analyserne,¹. Blandt disse udgør 1.423 studerende, 813 VIP'er, 814 TAP'er og 37 respondenter, som ikke har angivet en specifik tilknytning. Sidstnævnte er i analyserne medtaget som ansatte. Den overordnede svarprocent ender derfor på 4,3 blandt de studerende og henholdsvis 11,6 og 15,8 blandt VIP- og TAP'erne, hvilket fremgår af tabel 3.

Svarprocenten ligger noget lavere end i 2021-undersøgelsen, hvilket kan forklares af flere forhold. For det første var spørgeskemaet denne gang åbent i en kortere periode, og der blev kun udsendt en enkelt påmindelse. For det andet blev undersøgelsen gennemført i begyndelsen af et nyt semester, hvor mange nye studerende endnu ikke havde kendskab til *Omnibus*. Til gengæld var tidspunktet uden for eksamensperioden, hvilket reducerede risikoen for, at særligt de studerende har nedprioriteret besvarelsen grundet eksamenstravlhed. For det tredje er der en generelt stigende "survey-træthed", hvilket rammer undersøgelser af denne type. Endelig blev 2021-undersøgelsen

¹ <https://www.au.dk/om/au-i-tal>

gennemført under Covid-19-nedlukningerne, hvor flere respondenter formentlig havde bedre tid og større tilbøjelighed til at deltage i onlineundersøgelser.

På trods af den lavere svarprocent vurderes undersøgelsen at give et solidt grundlag for at vurdere kendskab, brug og holdninger til *Omnibus* på tværs af universitetets hovedgrupper. Spørgsmål om repræsentativitet og dækning diskuteres nærmere i det følgende afsnit.

Repræsentativitet

Som det fremgår af tabel 1 nedenfor, er der i lighed med 2021-undersøgelsen en overvægt af kvindelige respondenter i alle tre hovedgrupper – studerende, TAP- og VIP-ansatte. Blandt de studerende udgør kvinder 58,6 % af respondenterne, hvilket ligger tæt på deres andel i den samlede population (56,0 %). For TAP-gruppen udgør kvinder 68,7 % af respondenterne mod 63,5 % i populationen, mens andelen blandt VIP'er ligger på 48,3 % i stikprøven sammenlignet med 44,1 % i populationen. Sammenlignet med Aarhus Universitets samlede kønsfordeling afspejler stikprøven således et mønster med en mindre, men konsekvent overrepræsentation af kvinder i alle grupper. Forskellene er dog beskedne og inden for et interval, der ikke vurderes at have væsentlig betydning for resultaternes generaliserbarhed. På tværs af grupperne vurderes den kønsmæssige repræsentativitet derfor som god og sammenlignelig med den tidligere undersøgelse i 2021.

Tabel 1: Repræsentativitet på tværs af køn, procent

	Kvinder blandt respondenter	Kvinder i populationen	Mænd blandt respondenterne	Mænd i populationen
VIP	48,3	44,1	51,7	55,9
TAP	68,7	63,5	31,3	36,5
Studerende	58,6	56,0	41,4	44,0

Note: Populationens fordeling er baseret på tal fra rapporten “AU i tal - 2024”.

Stikprøven vurderes også som repræsentativ på tværs af fakulteter. Som det fremgår af tabel 2a, ses der en mindre overrepræsentation af respondenter fra fakulteterne Health, Natural Sciences og Technical Sciences samt fællesadministrationen. Til gengæld er Aarhus BSS og Arts svagt underrepræsenteret i stikprøven sammenlignet med deres andel i populationen. Disse forskelle vurderes dog ikke at være af en størrelsesorden, som påvirker generaliserbarheden af rapportens resultater. Sammenlignet med den tidligere undersøgelse fra 2021 er variationen mellem fakulteterne fortsat begrænset og afspejler i store træk universitetets samlede sammensætning. På den baggrund vurderes den fakultetsmæssige fordeling blandt respondenterne at være tilfredsstillende og tilstrækkeligt dækkende til at give et pålideligt billede af kendskab og holdninger til Omnibus på tværs af Aarhus Universitet.

Som det fremgår af tabel 2b er stikprøven ligeledes repræsentativ, når man ser på den geografiske sammensætning af respondenterne sammenlignet med populationen. Ligeledes ses der ingen tegn på, at svarprocenten er systematisk lavere for respondenter uden for Aarhus.

Tabel 2a: Repræsentativitet på tværs af fakultet, procent

	Fordeling blandt respondenter	Fordeling i populationen
Aarhus BSS	20,2	28,2
Arts	20,9	24,3
Health	18,1	17,3
Natural Sciences	16,9	11,1
Technical Sciences	17,6	16,2
Fællesadministrationen	6,4	2,0

Note: Populationens fordeling er baseret på tal fra rapporten “AU i tal - 2024”. Er beregnet ud fra tabellerne B2 og F2A.

Tabel 2b: Repræsentativitet på tværs af geografisk lokation, procent

	Fordeling blandt respondenter	Fordeling i populationen
AU Aarhus	88,5	88,1
AU Viborg	2,8	1,2
AU Herning	2,2	2,8
AU Flakkebjerg	0,5	0,3
AU Roskilde	1,2	0,7
DPU Emdrup	2,4	4,2
Andet	2,1	2,3

Note: Populationens fordeling er baseret på 2021-rapportens tidligere tal fra AU HR.

Som det fremgår af tabel 3, ligger svarprocenten lavest blandt de studerende, hvor den varierer mellem 3,3 og 7,2 % på tværs af fakulteterne. Til sammenligning er svarprocenterne blandt de ansatte væsentligt højere, særligt blandt TAP'erne, der samlet set når en svarprocent på 15,8, mod 11,6 % blandt VIP'erne. Forskellen drives især af TAP'ernes høje deltagelse på BSS, Health og Natural Sciences, hvor næsten hver femte medarbejder har besvaret spørgeskemaet.

Omvendt ses de laveste svarprocenter blandt VIP-medarbejderne på Health, hvor kun 9,5 % har deltaget. Samlet set har medarbejdergruppen en svarprocent på 12,8, hvilket giver et solidt grundlag for repræsentative vurderinger blandt de ansatte. For de studerende er svarprocenten markant lavere, hvilket bør tages i betragtning ved fortolkningen af resultaterne for denne gruppe.

Tabel 3: Svarprocenter

	Studerende	VIP	TAP	Medarbejdere samlet	Antal respondenter
Arts	4,4	12,5	13,2	12,9	625
BSS	3,3	12,4	16,0	13,8	606
Health	3,4	9,5	18,5	12,3	537
Natural	7,2	13,4	18,4	15,0	501
Sciences					
Technical	5,1	11,5	9,5	10,6	529
Sciences					
Fællesområdet		13,5	13,6	13,6	192
I alt	4,3	11,6	15,8	12,8	
Antal respondenter	1.410	810	768	1.578	2.988

Note: Svarprocenterne er udregnet på baggrund af tabellerne B2 og F1A fra rapporten "AU i tal - 2024". Antallet af respondenter i tabellen svarer ikke til den fulde stikprøve, da 62 respondenter ikke kunne placere sig på nogen af ovenstående fakulteter og 37 respondenter svarede, at de ikke havde en tilknytning til AU længere. Udregningen for kategorien "Medarbejder samlet" er foretaget med udgangspunkt i tabel 8A (se nedenfor).

Sammenfattende kan vi konstatere, at de studerende fortsat er underrepræsenterede i undersøgelsen. Dette kan delvist forklares ved, at denne gruppe generelt har et lavere kendskab til og en mindre læsehypighed af Omnibus sammenlignet med de øvrige målgrupper. Samtidig kan tidspunktet for dataindsamlingen have haft en indvirkning, idet spørgeskemaet blev udsendt i begyndelsen af et nyt semester, hvor mange nye studerende endnu ikke har opnået kendskab til universitetets interne kommunikationskanaler. Til gengæld vurderes svarprocenten blandt medarbejdere på Aarhus Universitet at give et solidt grundlag for at drage repræsentative konklusioner om deres oplevelser og vurderinger af Omnibus. Som i den tidligere undersøgelse bør det dog bemærkes, at respondenter, der vælger at deltage, formentlig udviser en større interesse for avisen end den generelle population. Denne selektionsmekanisme kan være med til at forklare det meget høje kendskab til Omnibus. Dog er det værd at bemærke, at kendskabet også er markant højere sammenlignet med 2021, hvor den samme selektion har været til stede. Den positive udvikling kan ses som et resultat af en række konkrete tiltag, der siden sidste evaluering har øget avisens synlighed – herunder det faste nyhedsbrev, der nu distribueres til alle ansatte og studerende, samt Omnibus' øgede tilstedeværelse på sociale medier. Disse ændringer har sandsynligvis bidraget til, at flere i dag kender og interagerer med avisen, hvilket bør inddrages som en forklarende faktor i vurderingen af resultaterne.

Frekvenstabeller

Tabel A1: På hvilken enhed tilgår du dette spørgeskema?

	Procent	Antal respondenter
Computer	82,3	2.542
Mobiltelefon/tablet	17,7	545
Total	100	3.087

Tabel A2: Hvilken gruppe på Aarhus Universitet tilhører du?

	Procent	Antal respondenter
Studerende	1.423	46,2
VIP	813	26,3
TAP	814	26,3
Andet	37	1,2
Total	3.087	100

Tabel A3: Hvilket fakultet er du tilknyttet?

	Procent	Antal respondenter
Aarhus BSS	19,8	611
Arts	20,4	630
Health	17,7	548
Natural Sciences	16,5	510
Technical Sciences	17,1	529
Fællesadministrationen	6,3	193
Andet	2,1	66
Total	100	3.087

Tabel A4: Hvad er dit køn?

	Kvinde	Mand	Antal respondenter
Studerende	818	578	1.396
VIP	385	412	797
TAP	554	252	806
Total	1.757	1.242	2.999

Note: Der mangler 88 respondenter ift det totale antal respondenter. De er kodet ud, da de enten svarede de ikke havde en tilknytning til AU eller "andet" ved køn kategorien.

Tabel A5: Hvilken ansættelsesform har du?

	Procent	Antal respondenter
Fast ansættelse	67,2	1.041
Tidsbegrænset ansættelse	32,8	508
Total	100	1.549

Tabel A6: Hvor mange år har du samlet set været tilknyttet Aarhus Universitet, når du medregner både eventuel studietid og eventuel ansættelse?

	Procent	Antal respondenter
0-2 år	30,3	932
3-4 år	21,1	652
5-10 år	20,2	624
11-20 år	14,7	453
21 eller derover	13,5	417
Total	100	3.078

Tabel A7: Hvor på Aarhus Universitet er du geografisk placeret?

	Antal respondenter
AU Aarhus	2.732
AU Flakkebjerg	18
AU Herning	68
AU Roskilde	39
AU Viborg	89
DPU Emdrup	75
Andet	66
Total	3.087

Tabel A8: Antal individer på AU, fordelt på tilknytning til AU og fakultet.

	Studerende	VIP + DVIP	TAP +DTAP	Medarbejdere i alt
Arts	9.292	1.025	599	1.624
Aarhus BSS	10.904	1.129	638	1.767
Health	4.767	2.097	923	3.020
Natural Sciences	3.219	1.216	564	1.780
Technical Sciences	4.471	1.480	1.319	2.799
Fællesområdet	0	37	1.373	14.10
I alt	32.653	6.981	5.371	12.254

Note: Opgjort 1. oktober 2020. Tal er fra rapporten "AU i tal - 2020". En medarbejder kan have flere lønnede arbejdsrelationer, men tæller kun med én gang i totaler. Beregnet som antal unikke AUID'er.

Tabel A9: Har du hørt om omnibus før? Procentuel fordeling på tilknytning til AU.

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	89.3	10.7	1.423
TAP	98.9	1.1	814
VIP	95.8	4.2	813
Total	93,6	6,4	3.050

Tabel A10: Har du hørt om Omnibus før? Procentuel fordeling på fakultet

	Ja	Nej	Antal respondenter
Aarhus BSS	91.3	8.7	611
Arts	92,1	7,9	630
Health	96,9	3,1	548
Natural sciences	94,1	5,8	510
Technical sciences	92,2	7,7	529
Fællesadministrationen	99,0	1,0	193
Total	93,6	6,4	3.021

Tabel A11: Læser du i Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som kender Omnibus)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	71,4	28,6	1.269
TAP	94,5	5,5	804
VIP	87,8	12,2	779
Total	82,4	17,6	2.852

Tabel A12: Læser du i Omnibus? Procentuel fordeling på fakultet (Stillet til alle, som kender Omnibus)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Aarhus BSS	81.5	18.5	557
Arts	79.1	20.9	579
Health	82.8	17.2	531
Natural Sciences	85.9	14.1	480
Technical Sciences	78.1	21.9	488
Fællesadministrationen	4.8	95.2	190
Total	82,3	17,7	2.825

Tabel A13: Hvor ofte læser du i Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som læser Omnibus)

	Når jeg får nyhedsbrevet	Mindst én gang i ugen	Flere gange om måneden	Ca. 1 gang om måneden	1-4 gange per semester	Sjældnere	Antal respondenter
Studerende	64,0	4,2	7,9	10,4	11,3	2,1	904
TAP	83,8	3,2	4,3	4,7	3,4	0,5	759
VIP	83,6	2,0	3,6	5,8	4,1	1,0	682
Total	76,1	3,2	5,5	7,1	6,6	1,3	2.345

Tabel A14: Hvorfor læser du ikke i Omnibus (mulighed for flere kryds)? Den procentuelle andel som valgte muligheden fordelt på tilknytning til AU (Stillet til dem, som kender Omnibus, men ikke læser)

	Jeg har ikke tid	Indholdet er ikke relevant for mig	Kvaliteten af indholdet er for lav	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	22,3	26,3	4,8	46,5	350
TAP	34,8	27,9	2,3	34,9	43
VIP	24,4	25,6	4,4	45,5	90
Total	23,8	26,3	4,5	45,3	483

Tabel A15: I hvilken grad vil du foretrække at tilgå Omnibus' artikler gennem: Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet vurdering
Hjemmeside, direkte	4,6	4,7	4,7	4,7
Nyhedsbrevet	5,6	6,1	6,1	5,9
Facebook	3,0	1,7	1,7	2,3
Twitter	1,5	1,2	1,2	1,3
Instagram	2,9	1,5	1,5	2,1
LinkedIn	2,3	2,6	2,7	2,4
Bluesky	1,3	1,4	1,2	1,3

Tabel A16: Modtager du Omnibus' nyhedsbrev? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som kender Omnibus)

	Ja	Nej – jeg har aldrig modtaget det	Nej – jeg har frameldt mig nyhedsbrevet	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	82,4	9,5	3,2	4,8	1.363
TAP	96,9	1,1	0,6	1,2	790
VIP	94,9	2,0	0,5	2,5	797
Total	89,7	5,2	1,8	3,2	2.950

Tabel A17: Orientering i nyhedsbrevets overskrifter (Stillet til dem, som modtager nyhedsbrevet)

	Ja, altid	Ja, nogle gange	Ja, men sjældent	Nej, aldrig	Antal respondenter
Studerende	48,1	39,4	9,5	2,9	1.121
TAP	75,6	22,3	1,3	0,9	766
VIP	67,3	23,5	6,9	2,2	755
Total	61,5	29,9	6,4	2,1	2.642

Tabel A18: Hvor ofte tilgår du artikler gennem nyhedsbrevet? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som modtager nyhedsbrevet)

	Hver gang, det udkommer	En eller flere gange om måneden	En eller flere gange per semester	Jeg læser ikke artiklerne fra nyhedsbrevet	Antal respondenter
Studerende	25,3	32,3	31,3	11,2	1.120
TAP	55,1	29,5	13,2	2,2	766
VIP	41,2	33,9	17,7	7,0	754
Total	38,5	31,9	22,2	7,4	2.640

Tabel A19: Hvor tilfreds er du med nyhedsbrevets: ? Fordelt på tilknytning til AU (Stillet til alle, som modtager nyhedsbrevet). Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-5 (1:Meget utilfreds – 5: Meget tilfreds)

	Layout	Indhold	Hyppighed
Studerende	4,1	4,0	4,0
TAP	4,0	4,2	4,2
VIP	3,9	4,0	4,1
Samlet vurdering	4,0	4,0	4,0

Tabel A20: Hvis du selv kunne bestemme, hvor ofte ville du så gerne modtage nyhedsbrevet?
Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som modtager nyhedsbrevet)

	Cirka én gang om ugen	Cirka én gang hver 14. dag	Cirka én gang om måneden	Cirka én gang på hvert semester	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	19,6	40,1	29,3	3,1	7,9	1.101
TAP	10,2	43,6	34,9	1,5	9,7	762
VIP	8,0	45,7	34,6	3,2	8,4	748
Total	13,5	42,8	32,4	2,7	8,6	2.611

Tabel A21: I hvilken grad ønsker du at læse om følgende stofområder i Omnibus? Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU

	Studerende	TAP	VIP	Samlet vurdering
De studerendes forhold på studiet	5,7	5,3	5,4	5,5
Ledelsens beslutninger og handlinger og opfølgning derpå	5,5	6,1	5,9	5,8
Arbejdsvilkår for de ansatte	3,9	5,8	5,6	4,9
Forskningsprojekter og -resultater	5,0	4,9	4,7	4,9
Fortællinger om hverdagsliv på universitetet	4,5	5,3	4,5	4,7
Portrætter af medarbejdere og studerende	3,9	4,8	4,1	4,2
National undervisnings- og forskningspolitik og implementeringen på AU	4,6	5,1	5,3	4,9
Aktuelle emner, der drøftes på AU, fx ligestilling, udlicitering, klima mv.	5,1	5,6	5,5	5,4
Debatstof, fx kronikker og læserbreve skrevet af universitetets medarbejdere og studerende	4,8	5,4	5,2	5,1
Lokalstof, fx om byggeri på campus, kantinedrift eller events på AU	5,0	5,4	4,9	5,1
Guides, fx angående onlineundervisning, lønforhandling, eksamenstips mv.	4,8	4,3	4,1	4,5

Tabel A22: I hvilken grad mener du, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der:
Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	TAP	VIP	Samlet vurdering
Skaber debat	4,7	5,3	5,1	5,0
Fortæller om hverdagen på AU	5,1	5,6	5,1	5,2
Behandler kritikpunkter og problemer på AU	5,7	6,0	5,9	5,8
Understøtter en fælles identitet på AU	5,0	5,4	5,0	5,1
Er løsningsorienterede	4,5	4,8	4,5	4,6
Spreder god stemning på AU	4,9	5,0	4,5	4,8

Tabel A23: I hvilken grad mener du, at Omnibus indfrier dine ønsker til stofområder i øjeblikket?
Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som læser avisen)

	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I lav grad	I meget lav grad	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	10,3	51,6	31,2	2,0	0,3	4,4	848
TAP	12,3	56,0	26,6	1,1	0,3	3,7	722
VIP	12,8	51,5	28,8	2,0	1,1	3,8	656
Total	11,7	53,0	29,1	1,7	0,5	4,0	2.226

Tabel A24: Mener du, at Omnibus er for kritisk eller ukritisk over for AU's ledelse? Procentuel fordeling på tilknytning til AU.

	Alt for kritisk	For kritisk	Hverken for kritisk eller ukritisk	For ukritisk	Alt for ukritisk	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	0,2	0,9	42,5	12,5	2,6	41,3	1.274
TAP	0,4	3,0	62,7	10,3	0,9	22,6	768
VIP	0,4	1,2	54,9	13,6	3,3	26,6	763
Total	0,3	1,5	51,4	12,2	2,3	32,2	2.805

Tabel A25: Hvor lang tid vil du foretrække, at det tager at læse en typisk artikel i Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU.

	30-60 sekunder	1-3 minutter	4-8 minutter	Mere end 8 minutter	Antal respondenter
Studerende	5,6	58,8	33,3	2,3	1.269
TAP	4,7	60,3	33,7	1,3	768
VIP	5,6	60,6	32,4	1,3	761
Total	5,3	59,7	33,2	1,7	2.798

Tabel A26: I hvilket omfang føler du, at din campus (Aarhus, Viborg, Emdrup, osv.) er repræsenteret i Omnibus? Procentuel fordeling ud fra campus.

	For meget	Passende	For lidt	Ved ikke	Antal respondenter
AU Aarhus	0,8	66,7	3,3	29,1	2.512
AU Flakkebjerg	0,0	17,7	58,8	23,5	17
AU Herning	0,0	15,0	55,0	30,0	60
AU Roskilde	0,0	2,9	85,3	11,7	34
AU Viborg	0,0	21,4	57,1	21,4	84
Andet	0,0	35,7	14,3	50,0	60
Total	0,74	61,5	8,5	29,2	2.829

Tabel A27: I hvilket omfang føler du, at din gruppe (studerende, VIP, TAP) er repræsenteret i Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU

	For meget	Passende	For lidt	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	0,71	57.5	9.1	32.7	1.264
TAP	0,0	41.8	30.4	28.9	768
VIP	0,1	58.4	16.1	25.3	758
Total	0,4	53,4	16,9	29,3	2.790

Tabel A28: I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: (Mobil-/Computer-/Tablet-hjemmesiden) Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU. Procentuel fordeling på tilknytning til AU

	Studerende	TAP	VIP	Samlet vurdering
Er moderne	4,1	4,4	4,2	4,2
Er indbydende	4,2	4,6	4,4	4,3
Er kedelig	4,0	3,6	3,6	3,8
Er overskuelig	5,1	5,0	4,9	5,0
Er grim	3,4	2,9	3,1	3,2
Er professionel	4,5	4,8	4,6	4,6
Giver lyst til at læse videre	4,1	4,8	4,4	4,3

Tabel A29: Hvad synes du om forsidens: (Mobil-/Computer-/Tablet-hjemmesiden) Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU. Procentuel fordeling på tilknytning til AU.

	Brug af billeder	Farvevalg	Logo
Studerende	4,7	3,9	4,5
TAP	4,9	4,3	4,5
VIP	4,7	4,3	4,5
Samlet vurdering	4,8	4,1	4,5

Spørgeskema

	Læsere	Kendere	Ikke kendere
Intro (1)	Kære deltager Vi er i øjeblikket i gang med en evaluering af Aarhus Universitets avis, Omnibus, som foretages med henblik på at afdække kendskabet til og brugen af Omnibus blandt studerende og ansatte på Aarhus Universitet. Vi er meget interesserede i at høre fra alle – både dem, der kender og læser Omnibus, og dem, der ikke gør. Undersøgelsen vil spørge ind til din brug af Omnibus samt dine holdninger til avisens distribution, indhold og layout, og tager 5-8 minutter at besvare. Alle besvarelser bliver behandlet fortroligt og vil kun blive offentliggjort i anonymiseret form, så de ikke kan føres tilbage til enkeltpersoner. Som tak for hjælpen trækker vi lod om 50 gavekort á 100 kroner til GoGift.dk Hvis du har spørgsmål til undersøgelsen, kan du kontakte formanden for Omnibus' redaktionskomité, Svend-Erik Skaaning, på skaaning@ps.au.dk. Venlig hilsen Redaktionskomitéen for Omnibus (1.1) Vil du give samtykke til, at din besvarelse af dette spørgeskema må anvendes i forbindelse med evalueringen af Omnibus? Ja Nej (1.2) Hvis nej til 1.1: “Tak for dit svar, og undskyld ulejligheden”. (1.3) På hvilken enhed tilgår du dette spørgeskema?		

	Mobiltelefon/tablet Computer
Baggrundsinfo (2)	(Intro) Som det første vil vi gerne vide lidt om din baggrund og tilknytning til AU samt dit kendskab til universitetsavisen Omnibus. (2.1) Hvad er dit køn? Kvinde Mand Andet Ønsker ikke at angive (2.2) Hvad er din alder? (Talboks) (2.3) Hvilken gruppe på Aarhus Universitet tilhører du? Studerende Videnskabeligt personale (VIP), herunder ph.d.-studerende Teknisk-administrativt personale (TAP/AC TAP) Andet Ikke tilknyttet AU som studerende eller ansat (2.4) Hvis VIP eller TAP: Hvilken ansættelsesform har du?

	Fast ansættelse Tidsbegrænset ansættelse? (2.5) Hvor mange år har du samlet set været tilknyttet Aarhus Universitet, når du medregner både eventuel studietid og eventuel ansættelse? 0-2 år 3-4 år 5-10 år 11-20 år 21 år eller derover Ved ikke (2.6) Hvor på Aarhus Universitet er du geografisk placeret? AU Aarhus AU Viborg AU Herning AU Flakkebjerg AU Roskilde DPU Emdrup Andet, angiv hvor: (tekstboks) (2.7) Hvilket fakultet er du primært tilknyttet?
--	--

	Aarhus BSS Arts Health Natural Sciences Technical Sciences Fællesadministrationen Andet/flere fakulteter		
Relevans/ kendskab (3)	(3.1) Har du hørt om Omnibus før? Ja = DEN HER KOLONNE Nej (3.2) Hvis ja: Læser du i Omnibus? Ja = DEN HER KOLONNE Nej (3.3) Hvis ja: Hvor ofte læser du i Omnibus?	(3.1) Har du hørt om Omnibus før? Ja = DEN HER KOLONNE Nej (3.2) Hvis ja: Læser du i Omnibus? Ja Nej = DEN HER KOLONNE (3.4) Hvis nej: Hvorfor læser du ikke	(3.1) Har du hørt om Omnibus før? Ja Nej = DEN HER KOLONNE

	Når jeg får Omnibus' nyhedsbrev Mindst én gang om ugen Flere gange om måneden Cirka én gang om måneden 1-4 gange per semester Sjældnere	Omnibus? (sæt gerne flere kryds) Jeg har ikke tid Indholdet er ikke relevant for mig Kvaliteten af indholdet er for lav Ved ikke Eventuelle kommentarer	
Distribution (4)	Omnibus kan tilgås gennem flere forskellige platforme. Avisen har en hjemmeside, hvor alle artikler publiceres, samt et nyhedsbrev, der sendes ud til ansatte og studerende på AU og tilmeldte mailadresser. På sociale medier er Omnibus til stede på både Facebook, X/twitter, LinkedIn og Instagram for derigennem at dele artikler. Vi vil nu gerne høre lidt om din oplevelse af og holdninger til distributionen af Omnibus. (4.1) I hvilken grad vil du gerne have mulighed for at tilgå Omnibus' artikler gennem: Hjemmesiden (direkte), Nyhedsbrevet, Facebook, X/twitter, Instagram, LinkedIn, Bluesky		

	1 - I meget lav grad 7 - I meget høj grad Ved ikke Eventuelle kommentarer
Nyhedsbrev (5)	(Intro) Som nævnt har Omnibus et nyhedsbrev, som hver anden uge sendes til ansatte og studerende på AU samt tilmeldte mailadresser. Nyhedsbrevet indeholder et nyhedsoverblik og et direkte link til artiklerne. Vi kunne godt tænke os at høre nærmere om dine holdninger til Omnibus' nyhedsbrev. (5.1) Modtager du Omnibus' nyhedsbrev? Ja Nej - jeg har framellet mig nyhedsbrevet Nej - jeg har aldrig modtaget det Ved ikke HVIS JA (5.2) Orienterer du dig i artiklernes overskrifter, når du modtager Omnibus' nyhedsbrev? Ja, altid Ja, nogle gange Ja, men sjældent Nej, aldrig

	(5.3) Hvor ofte tilgår du artikler gennem nyhedsbrevet? Hver gang, det udkommer En eller flere gange om måneden En eller flere gange per semester Jeg læser ikke artiklerne fra nyhedsbrevet (5.4) Hvor tilfreds er du med nyhedsbrevets: Layout, indhold, hyppighed Meget tilfreds Tilfreds Hverken eller Utilfreds Meget utilfreds Ved ikke Eventuelle kommentarer (5.5) Hvis du selv kunne bestemme, hvor ofte ville du så gerne modtage nyhedsbrevet? Cirka én gang om ugen Cirka én gang hver 14. dag Cirka én gang om måneden Cirka én gang på hvert semester Ved ikke
--	---

Indhold (6)	(Intro) I det følgende vil vi spørge ind til dine holdninger til, hvilke stofområder du mener, avisen bør skrive om. (6.1) I hvilken grad ønsker du at læse om følgende stofområder i Omnibus? - De studerendes forhold på studiet - Ledelsens beslutninger og handlinger og opfølgning derpå - Arbejdsvilkår for de ansatte - Forskningsprojekter og -resultater - Fortællinger om hverdagsliv på universitetet - Portrætter af medarbejdere og studerende - National undervisnings- og forskningspolitik og implementeringen på AU - Aktuelle emner, der drøftes på AU, fx ligestilling, udlicitering, klima mv. - Debatstof, fx kronikker og læserbreve skrevet af universitetets medarbejdere og studerende - Lokalstof, fx om byggeri på campus, kantinedrift eller events på AU - Guides, fx angående onlineundervisning, lønforhandling, eksamenstips mv. 1 - I meget lav grad 7 - I meget høj grad Ved ikke Eventuelle kommentarer
-------------	--

	(6.2) I hvilken grad mener du, at Omnibus indfrier dine ønsker til stofområder i øjeblikket? 1 - I meget lav grad 7 - I meget høj grad Ved ikke Eventuelle kommentarer (6.3) I hvilken grad mener du, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der: Skaber debat - Fortæller om hverdagen på AU - Behandler kritikpunkter og problemer på AU - Understøtter en fælles identitet på AU - Er løsningsorienterede - Spredt god stemning på AU 1 - I meget lav grad 7 - I meget høj grad Ved ikke Eventuelle kommentarer
--	--

	(6.4) Mener du, at Omnibus er for kritisk eller ukritisk over for AU's ledelse? Alt for kritisk For kritisk Hverken for kritisk eller ukritisk For ukritisk Alt for ukritisk Ved ikke Eventuelle kommentarer (6.5) Hvor lang tid vil du foretrække, at det tager at læse en typisk artikel i Omnibus? 30-60 sekunder 1-3 minutter 4-8 minutter Mere end 8 minutter (6.6) I hvilket omfang føler du, at din campus (Aarhus, Viborg, Emdrup, osv.) er repræsenteret i Omnibus? For meget Passende For lidt Ved ikke Eventuelle kommentarer
--	---

	(6.7) I hvilket omfang føler du, at din gruppe (studerende, VIP, TAP) er repræsenteret i Omnibus? For meget Passende For lidt Ved ikke Eventuelle kommentarer
Layout (7)	(7.1) I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: <i>Screenshot af hjemmeside både til hhv. mobil og computer efter respondenternes svar</i> - Er moderne - Er indbydende - Er kedelig - Er overskuelig - Er grim - Er professionel - Giver lyst til at læse videre 1 - I meget lav grad 7 - I meget høj grad Ved ikke Eventuelle kommentarer

	(7.2) Hvad synes du om forsidens: <i>Screenshot af hjemmeside både til hhv. mobil og computer efter respondenternes svar</i> - Logo - Farvevalg - Brug af billeder 1 – Meget dårlig(t) 7 – Meget god(t) Ved ikke Eventuelle kommentarer
Afsluttende (8)	(8.1) Har du yderligere kommentarer om Omnibus, er du velkommen til at skrive dem her: (8.2) Hvis du er interesseret i at deltage i lodtrækningen af 50 gavekort á 100 kroner til GoGift.dk, bedes du her oplyse din e-mail: Har du spørgsmål til undersøgelsen, kan du kontakte formanden for Omnibus' redaktionskomité, Svend-Erik Skaaning, på skaaning@ps.au.dk. Ellers vil vi blot sige mange tak for dine svar, de er en stor hjælp. Venlig hilsen Redaktionskomitéen for Omnibus