**Højskolerne medieanalyse**

Medieanalysen er foretaget af ”Wavemaker” og data er fra Gallups indeks Danmark, som er en omfattende repræsentativ dataindsamling med ca. 20.000-25.000 besvarelser på et år.

Der er meget data og meget at forholde sig til. Herunder kommer nogle udpluk og ”cases”.

Under fanen ”Højskolemålgruppen\_Andel” kan det ses, hvor høj interesse der er for højskoler hos forskellige målgrupper. Interesse for højskoler måles ud fra, om man har været på højskole de seneste 2 år, eller overvejet at tage på højskole indenfor det kommende år.

* Overordnet viser analysen bl.a., at interessen for højskoler er væsentligt større hos kvinder end mænd, alt afhængigt af alder, er det mellem 70-77% af kvinderne, som har interesse for højskole og 23% - 29% af mændene. Derudover er der en større interesse for højskole hos folk boende i hovedstadsområdet, for folk med en lav eller mellemindkomst, samt folk med en højere uddannelse. SE LIGE INDEXTAL

Under fanen ”Trykte medier\_Andel” kan danskernes medievane ift. Trykte medier ses. Det kan både ses ift. Generelle medievaner, men også sammenhæng mellem hvilke trykte medier man læser, og forskellige parametre, såsom interesse for højskole og hvilke fag man interesserer sig for. Det kan bl.a. ses at:

* Idényt, Samvirke, Hus Forbi, Illustreret Videnskab og Ældre Sagen er de 5 mest læste trykte medier af danskerne.
* Hos seniorerne (60+) er det samme top 5, bortset fra Illustreret Videnskab, som er skiftet ud med Helse.
* For ungemålgruppen (16-24 år) er Illustreret Videnskab det klart mest læste trykte medier, efterfulgt af Metro Expressen, Se og Hør, Ud og Se og Hus Forbi.
* Ser på man folk, som interesserer sig for højskoler, så er der flere af de samme tendenser, som gør sig gældende – dog er der mange flere højskoleinteresserede, som læser trykte medier.

Under fanen ”Medieforbrug\_Køb af rejse\_Andel” kan det ses, hvilke kilder danskerne har brugt til at afdække de rejsemuligheder der er, da de købte deres seneste rejse. Her ses det bl.a. at:

* Danskerne i høj grad bruger google og andre søgemaskiner til at danne overblik over de rejsemuligheder der er, men også i høj grad emnespecifikke hjemmesider og anbefaling fra venner og familie.

Under fanen ”Sociale medier\_Andel” kan danskernes brug af sociale medier ses. Her ses det at:

* Danskerne i meget høj grad bruger Facebook og Facebook Messenger, især ungemålgruppen. Det ses også, at Snapchat og Instagram også bruges overvejende høj grad af danskerne, igen i høj grad af de unge

**Vil din højskole gerne have flere elever med interesse for natur og naturvidensskab?**

Så kan det være en god idé, at promovere jeres naturfaglige tilbud i trykte medier, såsom Samvirke, Idé-nyt, Ældre Sagen, Hus Forbi, Ud og Se, Helse, Bo Bedre eller Illustreret Videnskab. De har alle mellem 40-60 % af dem som interesserer sig for naturvidenskab, som læser de medier.

**Vil din højskole gerne promovere jeres rejser mere – eller se på vores største konkurrent i rejsebranchen?**

Så skal I have for øje, at søgemaskiner, primært Google, er klart den kanal, som flest danskere bruger, når de skal danne et overblik over rejsemuligheder. I den forbindelse vil søgeoptimering og synlighed på Google være gavnligt.

Hos ungemålgruppen bruges de sociale medier i forbindelse med rejser også af forholdsvist mange (18%), hvorfor reklame på sociale medier formentligt også kan svare sig.

Ser man på index-tallene er YouTube favorit blandt de unge (16-24) ift befolkningen generelt.

Det er værd at bemærke, at anbefaling fra venner og familie er kilden til rejsemuligheder for 21% af danskerne og hele 36% af de unge, hvorfor tidligere højskoleelever formentligt har en stor rolle at spille i denne forbindelse.

**Vil din højskole have flere ældre på jeres kurser?**

I forhold til promovering bruger seniormålgruppen i langt højere grad trykte medier end sociale medier. Her er der omkring 20 trykte medier, som alle har en læserandel på minimum 20%(ca.). Der er derfor mange ældre at ramme her. Det er især Ældre Sagen, idé-nyt og Samvirke, som de ældre læser. Men Hus Forbi, Helse og Billedbladet har også høje læsertal på 40 % eller derover.

**Bruger de unge stadig Facebook dagligt?**

Ja i udpræget grad (83%) – og især Facebook Messenger (86%).