

Dagsordenspunkt 9	Cover – Medieovervågning	Bilag 9.1
<p><b>Kort sagsfremstilling</b></p>	<p><b>Formål</b> Indstillingsudvalget forelægges resultaterne af den hidtidige kommunikation om Fonden for Retfærdig Omstilling, herunder via LinkedIn og medier med henblik på en drøftelse af den fremadrettede kommunikation.</p> <p><b>Baggrund</b> Erhvervsstyrelsen har fra 30. marts til 27. september 2023 gennemført en kommunikationsindsats – en sponsoreret kampagne – på LinkedIn for at skabe øget opmærksomhed omkring Fonden for Retfærdig Omstilling. Kampagnen bestod af en række små film omhandlende fonden generelt samt de forskellige annonceringer. Der blev gennemført fem forskellige kampagner med hver 3-5 annoncer. I alt har de fem kampagner haft et samlet budget på 40.000 kr.</p> <p>Samlet set er kampagnernes budskaber blevet eksponeret<sup>1</sup> knap 370.000 gange og har haft en CTR (Clik Through Rate) på 0,5, hvilket er acceptabelt i henhold til standardkampagner. Den samlede kampagnegruppe har generet flere end 700 besøg på websitet Udvikling i Danmark.</p> <p>Herudover er der foretaget en Infomediasøgning på søgeordet “Fonden for Retfærdig Omstilling” i perioden april til september 2023. Den viser, at der i perioden har været 14 medieomtaler af fonden fordelt på 10 forskellige medier. Størst var omtalen i foråret i forbindelse med, at de tre annonceringer blev offentliggjort.</p> <p>Både LinkedInkampagnen samt Infomedioverblikket uddybes nedenfor.</p> <p><b>Gennemgang af kampagner samt resultater</b> Der har kørt fem forskellige videokampagner på LinkedIn for at skabe øget opmærksomhed omkring Fonden for Retfærdig Omstilling. De fem kampagner har omhandlet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generelt kendskab til Fonden</li> <li>• Information vedr. pyrolyseannoncering</li> <li>• Information vedr. CCUS-annoncering</li> <li>• Information vedr. Fyrtårneannoncering (del 1)</li> <li>• Information vedr. Fyrtårneannoncering (del 2)</li> </ul> <p>Videoerne har indeholdt både generel information om fonden, men også mere målrettede tekster henvendt til aktører inden for de forskellige annonceringsområder. Se eksempel på annonceringerne her: Pyrolyse: <a href="#">(3) Opslå   LinkedIn</a></p> <p>Dykker man ned i de enkelte kampagner, bør særligt kampagnen vedr. pyrolyse fremhæves. Denne har generet 387 webstedbesøg og er blevet eksponeret 68.375 gange, hvilket er markant mere end de resterende kampagner. Dette skyldes, at målgruppen i netop denne kampagne har været mere nøjagtigt udvalgt (segmenteret), så kampagnen er forsøgt målrettet personer, som i forvejen har interesse for emnet.</p>	

<sup>1</sup> En eksponering er i den mest simple definition en visning. Hver gang en annonce bliver vist, så tælles det som en eksponering.

	<p>Dette har vist sig effektivt, og bør så vidt muligt prioriteres i fremtidige kampagner.</p> <p><b>Gennemgang af Infomediasøgning</b></p> <p>I perioden fra april til september 2023 er der lavet et udtræk over, hvor mange medieomtaler ordet “Fonden for Retfærdig Omstilling” optræder i. Det bør i den forbindelse bemærkes, at en mere specifik og indholdsrelateret søgning formentlig ville have medført flere artikler. I alt har Fonden for Retfærdig Omstilling været omtalt 14 gange i 10 forskellige medier. Alle omtaler har været på netmedier, og alle har været landsdækkende. Størst var omtalen i april og maj, hvor 9 ud af de 14 artikler udkom. Det var også i denne periode, at fonden havde sine første annonceringer.</p> <p><b>Løsning</b></p> <p>På baggrund af indstillingsudvalgets drøftelser på mødet den 3. oktober 2023 vedr. antallet af ansøgere til de seneste tre annonceringer, ønsker sekretariatet at udarbejde en ny kommunikationsplan, der bygger på ovenstående erfaringer. Planen har til formål - ligesom den forrige - at øge det generelle kendskab til fonden samt dertilhørende annonceringer. Herudover skal planen indeholde indsatser, der præsenterer de projekter, der har fået tilsagn, og herunder hvordan de er med til at understøtte fondens formål.</p> <p>Derudover forventer sekretariatet at afholde bilaterale møder med nøgleinteressenter forud for hver af de kommende annonceringer med særligt fokus på dialog med sydjyske aktører. Endvidere planlægges der afholdelse af to fysiske informationsmøder i henholdsvis Nord- og Sydjylland, hvor formanden har tilbudt sin deltagelse, hvilket også er muligt for andre medlemmer i indstillingsudvalget.</p> <p>Der lægges op til en drøftelse i indstillingsudvalget, hvor udvalget giver input til den fremadrettede kommunikation, herunder input til nøgleinteressenter for særligt den kommende annoncering indenfor PtX og de kommende genannonceringer, samt input til kanaler, budskaber og øvrige aktiviteter.</p> <p><b>Videre proces</b></p> <p>På baggrund af indstillingsudvalgets input vil sekretariatet udarbejde en kommunikationsplan. Planen vil blive sendt til udvalget til kommentering, forventeligt i januar 2024.</p>
<b>Indstilling</b>	<p>Det <u>indstilles</u>, at indstillingsudvalget:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Drøfter og giver input til den fremadrettede kommunikation.</li> </ul>