

Dagsordenspunkt 5	Cover – Status på annonceringen “Udvikling af nye, grønne teknologier”	Bilag 5.1
Kort sagsfremstilling	Formål At orientere Indstillingsudvalget for Fonden for Retfærdig Omstilling om status på den igangværende annoncering “Udvikling af nye, grønne teknologier”, herunder den dertil hørende kommunikationsindsats. Baggrund På indstillingsudvalgsmødet den 12. juni 2025 godkendte udvalget annonceringen “Udvikling af nye, grønne teknologier”, der blev offentliggjort den 1. juli 2025 og løber til 10. oktober 2025. Annonceringen har til formål at styrke virksomhedernes adgang til finansiering og fremme investeringer i grønne teknologier – især inden for PtX, CCUS og pyrolyse. Det er én samlet annoncering på tværs af STEP-teknologier. Der er afsat i alt op til 250 mio. kr. til indsatsen. Finansieringen udgør de resterende midler under Fonden for Retfærdig Omstilling. I den forbindelse er det væsentligt at være opmærksom på det fremdriftskrav, som Erhvervsstyrelsen er underlagt som forvaltningsmyndighed for fonden. Det er pt. usikkert, om de igangsatte projekter under Fonden for Retfærdig Omstilling sammen med de kommende projekter kan generere tilstrækkeligt mange udgifter til, at fremdriftskravet for 2026 nås. Indstillingsudvalget vil blive orienteret herom senere - forventeligt i forbindelse med udvalgets møde i januar 2026. Kommunikation: I forbindelse med annonceringen “Udvikling af nye, grønne teknologier” er der igangsat en kommunikationskampagne, der har til formål at skabe kendskab til annonceringen, rekruttere relevante ansøgere samt understøtte kvalificerede ansøgninger. Kampagnen er aktiv fra 1. september til 1. oktober 2025. For at håndtere den brede målgruppe i annonceringen er kampagnen blevet delt i to spor. En mindre kampagne målrettet SMV’er og en større kampagne målrettet aktører med kendskab til ansøgningsprocesser og projektgennemførelse. Kampagnen målrettet SMV’er er baseret på erfaringer og materiale fra den tidligere kampagne “Bedre vilkår for grøn omstilling i SMV’er” - dog rettet mod et bredere publikum. Fokus har været på at vække interesse, give nødvendige informationer og guide ansøgere videre via landingpagen på udviklingidanmark.dk. Kampagnen har desuden bestået af direkte kommunikation, herunder er der udsendt over 50 mails til interessenter og aktører i erhvervsfremmesystemet. Kampagnen har også indeholdt “high impact bannere” med formanden som medafsender på hjemmesiderne for Jyd-skeVestkysten, Nordjyske og Berlinske, og der har været en kampagne på LinkedIn. Videre proces Der gives en mundtlig orientering på mødet om resultaterne af kampagnen.	
Indstilling	Det <u>indstilles</u>, at indstillingsudvalget: • Tager orienteringen til efterretning	