

Bilag 4.1. Opfølgning på kommunikationsindsats 2024

Overvågningsudvalget for Fonden for Retfærdig Omstilling (FRO) forelægges en opfølgning og resultater af kommunikationsindsatsen for 2024.

Den samlede kommunikationsindsats i 2024 bestod blandt andet af en kampagne på LinkedIn, nyhedsbreve, presse og ny landingpage på hjemmesiden, der løbende blev opdateret i forbindelse med annonceringerne.

Kampagne på LinkedIn

Erhvervsstyrelsen har i 2024 kørt en kampagne på LinkedIn i to dele med det formål at skabe øget kendskab til og opmærksomhed om FRO og dens annonceringer.

Del 1:

1. del af kampagnen blev gennemført fra uge 14 til 18, som orienteret om tidligere. Målet var at skabe opmærksomhed og øget kendskab til FRO, men også at gøre den forholdsvis smalle målgruppe af nye potentielle ansøgere opmærksomme på, at der snart kunne søges midler. Der blev udsendt 10 forskellige opslag i perioden – syv med videoklip og tre med still-fotos. Kampagnen skabte størst dækning i målgruppen i Sydjylland.

Del 2:

2. del af kampagnen blev gennemført fra uge 26 til og med uge 28, og igen fra uge 34 til og med uge 37. Med læring fra 1. del af kampagnen blev målgruppen skærpet, indholdet vinklet samlet til både Syd- og Nordjylland og videoerne kortet. Der blev udsendt otte forskellige opslag i perioden – fire med videoklip og fire med still-fotos.

Kampagnen på LinkedIn har samlet set haft følgende formål:

- Øge det generelle kendskab til FRO
- Information vedr. pyrolyseannoncering
- Information vedr. CCUS-annoncering
- Information vedr. Power-to-X-annoncering
- Trafik til website: tilmelding til webinar

ERHVERVSSTYRELSEN

Vejlsøvej 29
8600 Silkeborg

Tlf. 35 29 17 00
CVR-nr 10 15 08 17
E-post de@erst.dk
www.erst.dk

ERHVERVS MINISTERIET

- Trafik til website: tilmelding til informationsmøder

Opslagene har dels indeholdt generel information om fonden, dels mere målrettede tekster henvendt til aktører inden for de forskellige annonceringsområder, men overordnet har de været delt mellem brandkendskab og trafik.

Dykker man ned i de enkelte kampagner, bør kampagnen vedr. pyrolyse fremhæves. Her har case-opslagene fra Vrejlev Energi klaret sig særligt godt. Især opslaget, hvor Alex Brøndum, COO, fortæller, hvad støtten har betydet for Vrejlev Energi.

2. del af kampagnen nåede generelt længere ud på trods af den skærpede målgruppe. Den fik over dobbelt så mange klik, og der var over fire gange flere, der trykkede på de forskellige links. Opslag med medlemmer af FRO-indstillingsudvalg performede godt, herunder særligt et konkret opslag med medlem Lene Hovmøller.

Nyhedsbreve:

Når nye abonnenter tilmelder sig FRO's nyhedsbrev, er det under emnet "Grøn og cirkulær omstilling" på www.udviklingidanmark.dk. Her var der den 1. januar 2024 359 abonnenter, mens antallet den 1. november 2024 er steget til 523. Der er således kommet 164 nye abonnenter til.

Presse:

Der er foretaget en søgning i Via Ritzau, hvor pressemeddelelserne i forbindelse med åbningen af de pågældende annonceringer bliver sendt ud. Her viser tallene, at pressemeddelelsen om Power-to-X har affødt artikler i ni forskellige medier, og at pressemeddelelsen om brun bioraffinering såsom pyrolyse er taget af to forskellige medier, mens pressemeddelelsen om CCUS er omtalt i ét medie.

Besøg på website:

Der har været 2.547 besøg på den nye landingpage www.udviklingidanmark.dk/fro siden den blev oprettet primo april 2024. Til sammenligning har der været 5.735 besøgende på selve fondssiden siden januar 2022, dvs. at godt halvdelen af alle besøgene har været inde på den nye FRO underside. Godt 80 pct. har endvidere klikket sig videre ind til en af de tre undersider for PtX, pyrolyse eller CCUS. Det er den 7. mest besøgte side på www.udviklingidanmark.dk, og siden er samtidig den mest besøgte af de forskellige fonde, som også indbefatter Socialfonden Plus og Regionalfonden.

Stigning i ansøgninger:

Det er vanskeligt at vurdere effekten af kommunikationsindsatsen og kampagnen direkte, men udviklingen i antal ansøgninger kan indikere, hvorvidt kommunikationsindsatsen har skabt øget bevågenhed om annonceringerne. Nedenfor sammenholdes derfor antal ansøgninger til de to ansøgningsrunder:

- *Brun bioraffinering såsom pyrolyse:* I 2023 fik annonceringen tre ansøgninger, og ved genannonceringen var der syv ansøgninger.
- *CCUS:* I 2023 fik annonceringen fire ansøgere, og ved genannonceringen var der otte ansøgere.

Årsagerne til fordoblingen i antal ansøgninger kan udover den intensiverede kampagne også være de højere støtteintensiteter på op til 80 pct. i støtte.