

Projektbeskrivelse – Regionale udviklingsmidler

Kontakt Center for Regional Udvikling på center-for-regional-udvikling@regionh.dk inden du udfylder skemaet.

Projektet skal overholde Region Hovedstadens "[Standardvilkår for tilskud til projekter fra regionale udviklingsmidler](#)".

Projekt - Grundoplysninger		
Projektitel:	Nordatlantisk Gymnasieklasse - En kendskabskampagne der styrker rigsfællesskabet	
Projektperiode:	Start: August 2026	Slut: Marts 2027
Budget:	Projektets samlede budget:	Kr. 204.000,-
	Regionale udviklingsmidler fra Region Hovedstaden:	Kr. 164.000,-
	Medfinansiering:	Kr. 30.000,- (19,6 %) fra Gribskov Gymnasium - fordelt på medarbejdertimer (kr. 20.000 - 50 timer à 400 kr.) og kontant egenfinansiering (kr. 10.000,-)
Leadpartner:	Gribskov Gymnasium (GG)	
Øvrige partnere:	CompanYoung - strategisk konsulenthus med ekspertise inden for ungetiltrækning til uddannelse og karriere. Adresse: Nyhavnsgade 14, 4. th. 9000 Aalborg Tlf. 74 31 33 63 E-mail: kontakt@companyoung.com Website: https://companyoung.com/	

Projektbeskrivelse

Projektresumé

Kort opsummering af projektet.

Nordatlantisk Gymnasieklasse (NGK) er et enestående uddannelsessamarbejde mellem Gribskov Gymnasium, Miðnám á Kambsdali (Færøerne) og GUX Sisimiut (Grønland).

Elever gennemfører deres stx-forløb på tværs af rigsfællesskabet - 1.g i Danmark, 2.g på Færøerne og 3.g i Grønland - og dimitterer som kulturelle brobyggere mellem nordatlantiske samfund.

Projektet har siden 2019 været drevet som forsøgsordning og er fra skoleåret 2027-28 permanentliggjort af Børne- og Undervisningsministeriet med en årlig bevilling på 3 mio. kr. + 2 mio. kr. til etablering af kollegium. Fundamentet er altså lagt – men en afgørende udfordring består. Uden for et lille lokalt område i Nordsjælland er NGK stort set ukendt. Kun 5-7 danske elever ansøger årligt uddannelsen.

Med dette projekt gennemfører vi en landsdækkende kendskabskampagne, der for første gang sætter NGK tydeligt på landkortet i hele Danmark. Kampagnen skal sikre synlighed i målgruppen, øge kendskabet til uddannelsen hos både unge og deres influenter (forældre, uddannelsesvejledere) og i sidste ende hjælpe de unge med at træffe et reflekteret uddannelsesvalg via kendskab og oplysning om dette unikke uddannelsesstilbud. Kampagnen kombinerer strategisk kommunikation ved hjælp af en udarbejdet kommunikationshåndbog, filmproduktion, annonceringsmaterialer, en landsdækkende annoncerings- og mediehåndteringsindsats, samt projektledelse og konsulentrådgivning.

På den korte bane er målet at øge synligheden på de sociale- og digitale medier, samt styrke kendskab via målrettede budskaber og i sidste ende øge ansøgertallet til 1. marts 2027.

På den lange bane bidrager projektet til at styrke rigsfællesskabets kulturelle sammenhængskraft - en af Region Hovedstadens strategiske prioriteter.

Udfordring Hvilke udfordringer skal projektet løse?	I gymnasieverdenen har blikket i mange år været vendt mod syd. NGK er en konkret modvægt til det - en unik mulighed for unge at uddanne sig på tværs af rigsfællesskabet og opbygge både faglig, personlig og kulturel kapital i samspil med jævnaldrende fra Færøerne og Grønland. Udfordringen er todelt: ● Kendskabet er koncentreret meget lokalt. Erfaringen viser, at uddannelsesvejledere, efterskoler, elever og forældre uden for Nordsjælland i overvejende grad ikke kender til NGK. Nuværende markedsføring er dimensioneret til et mindre lokalområde, og et nationalt løft har hverken været muligt budgetmæssigt eller kompetencemæssigt. ● Elevtiltrækningen er skæv. De senere år har vi tiltrukket 5-7 danske elever pr. årgang. Grønlandske elever er vant til at flytte sig ift. uddannelse og tiltrækkes forholdsvis let, men den danske interesse halter efter. For at sikre balancen i klassen - og NGK's langsigtede bæredygtighed som samlingssted for rigsfællesskabet - skal vi løfte det danske kendskab mærkbart. Problemet er ikke, at tilbuddet mangler kvalitet. Problemet er, at det mangler synlighed og kendskab til uddannelses tilbuddet, uden for en snæver geografi. Det løser vi ikke med lokalannoncering i en avis. Det løser vi kun med en strategisk, koordineret, national kendskabskampagne der taler direkte til henholdsvis de unge og deres influenter på sociale medier - hvor vi ved at vi kan ramme dem strategisk og målrettet med vores budskaber.
--	--

Overordnet formål Hvad vil projektet opnå?	Projektet har tre indbyrdes forbundne formål: ● Sikre øget synlighed: Etablere NGK som et attraktivt uddannelsesstilbud i målgruppen, for unge i hele Danmark - ikke kun i Nordsjælland. ● Styrke kendskabet: Give unge og deres influenter (forældre) substantiel viden om, hvad NGK er, hvem det er for, og hvorfor det er et unikt uddannelsesstilbud. ● Hjælpe unge med at træffe et reflekteret uddannelsesvalg Formålet er strategisk forankret i flere af Region Hovedstadens udviklingsmål: ● Uddannelse og kompetenceudvikling: NGK profilerer Region Hovedstaden som værtsregion for et uddannelsesstilbud der ikke findes andetsteds i Danmark - og styrker regionens position som attraktivt studiested på tværs af rigsfællesskabet. ● Sammenhængskraft og kultur: NGK er et levende rigsfællesskabs-projekt der bringer unge fra tre lande sammen i et fælles dannelsesforløb. Kampagnen formidler denne kulturelle værdi til et bredere dansk publikum. ● Internationalt udsyn forankret lokalt: NGK kombinerer det stedsspecifikke (Helsinge som hjemsted) med et ægte internationalt perspektiv - et væsentligt kendetegn ved Region Hovedstadens uddannelsesstrategi. Som afledt effekt af det øgede kendskab arbejder vi mod en fordobling af den danske søgning, fra 5-7 til 15 ansøgere til årgang 2027-28.
--	---

Effekt

Hvilken forskel vil projektet gøre?

Kortsigtede effekter (august 2026 – marts 2027)

- Markant hævet nationalt kendskab til NGK blandt unge i landets udskolings- og afgangsklasser (herunder efterskoleophold) og forældre.
- Fordobling af danske ansøgere til NGK-årgang 2027-28 – fra 5-7 til 15.
- Geografisk spredning af ansøgere: Vi forventer ansøgere fra minimum 3 regioner uden for Nordsjælland.
- Etablering af et genanvendeligt og bæredygtigt kampagnefundament: strategi, film, design, budskaber og læring som GG kan bygge videre på efter projektperioden.

Langsigtede effekter (2027-2032)

- Styrket rigsfællesskab: Hver dimmitteret NGK-årgang producerer potentielt 20-25 kulturelt kompetente ambassadører med solidt kendskab til alle tre lande i rigsfællesskabet.
- Bæredygtig rekruttering: NGK etablerer sig som et kendt og søgt uddannelses tilbud, hvilket mindsker ministeriets afhængighed af løbende synlighedsprojekter.
- Regional positionering: Region Hovedstaden bliver tydeligt identificeret som hjemsted for et landsdækkende, kulturbærende uddannelses tilbud.

Leverancer Hvilke leverancer leverer projektet for at opnå formål og effekter?	Projektet er bygget op som en sammenhængende, landsdækkende kendskabskampagne med otte konkrete leverancer. Leverancerne hænger tæt sammen og understøtter hinanden fra den strategiske rammesætning i toppen til de enkelte budskaber, annonceformater og måling i bunden. Kommunikationshåndbog ● Samlet dokument der definere tiltrækningsparametre og budskabsarkitektur, tone of voice, design, kanal-specifikke retningslinjer mm. ● Kanalstrategi og medieplan på tværs af Meta, YouTube, Google AdWords og SnapChat ● Gør det muligt for GG at videreføre en konsistent kommunikation efter projektperioden. ● Fungerer som strategidokument for kampagnens del-leverancer og målrettethed til målgruppen Filmproduktion ● Afklaringsmøde ● En samlet optagedag på GG ● Endelig output defineres nærmere efter opstartsmøde mellem partnere i projektsamarbejdet ● Typisk 3-4 film i forskellige formater inkl. nedklip Annonceringsmaterialer ● Komplet designpakke af annonceringsmaterialer, herunder bannere og tekstforfatning. ● Materialet er tilpasset relevante og udvalgte platforme og formater Projektledelse og konsulentrådgivning ● Dedikeret projektledelse hos CompanYoung der sikrer fremdrift, kvalitet og deadlines på tværs af alle leverancer. ● Projektgruppemøde løbende i leverance perioden ● Statusmøde undervejs i kampagneperioden ● Sluttelig evaluering efter afslutning af projektet Annonceringsbudget ● Annonceringsbudget til Meta (Facebook/Instagram), SnapChat, YouTube og Google Adwords. ● Geografisk spredning: hele Danmark
---	---

	● Separate kampagnespor til de unge og til deres influenter (forældre) Mediehåndtering ● Opsætning af kampagne på tværs af alle valgte medier, løbende drift og optimering undervejs af alle annonceresæt. ● Kampagne- og slutafrapportering til Region Hovedstaden med kampagnestatistik
Interessenter Hvem er projektet relevant for?	Primær målgruppe - de unge ● Unge i hele landet, der aktivt står over for valget af ungdomsuddannelse. Disse unge er dem, der i sidste ende skal træffe valget om at søge NGK. Kampagnen skal give dem den viden og inspiration, der gør valget spændende og reflekteret - ikke presset. Sekundær målgruppe - influenterne ● Forældre som i praksis er de vigtigste influenter i unges uddannelsesvalg. Vores undersøgelser og rådgivningserfaring viser entydigt, at unges uddannelsesvalg i meget høj grad formes af de voksne omkring dem. En effektiv kendskabskampagne skal derfor adressere influenterne direkte og give dem de argumenter og den tryghed, de har brug for, når de bakker den unge op.
Risici Hvilke risici er der for at projektet ikke lykkes?	Forsinkelse i konvertering af ansøgere frem mod 1. marts 2027 - Middel (vi kan opleve at den fulde effekt af kampagnen først ses året efter). Budskaberne rammer ikke målgruppen kulturelt - Lav Mediepriserne stiger og reducerer rækkevidde - Lav

Kommunikation Hvordan formidles projektets resultater?	Projektkommunikation til Region Hovedstaden ● Region Hovedstaden krediteres som støttegiver i presse-materiale og på NGK's hjemmeside. ● Projektet leverer afsluttende evalueringsrapport med dokumentation af indsatsen ● Alt produceret materiale kan efter projektafslutning anvendes af Region Hovedstaden i regionens egen kommunikation om uddannelsestilbud i regionen. Detaljeret kommunikationsplan vedlægges som bilag senest 3 måneder efter projektstart jf. puljens krav.
Evaluering Hvordan evalueres projektets resultater?	Evaluering Projektet evalueres på tre niveauer: Kampagne-performance (løbende og ved afslutning) ● Rækkevidde og eksponeringer (mål: min. 1,5 mio. eksponeringer nationalt). ● Klik til website, interaktioner med annoncer og konverteringssporing på website Afledt tiltrækningseffekt (marts 2027) ● Antal danske ansøgere til NGK-årgang 2027-28 (mål: 15 ansøgninger fra danske elever til 1. marts 2027). ● Geografisk spredning af ansøgere. Detaljeret evalueringsplan vedlægges som bilag senest 3 måneder efter projektstart jf. puljens krav.
Projektets organisering Hvordan er rollefordeling og samarbejde i projektet?	Projektets organisering

	Projektet organiseres med en klar ansvarsfordeling mellem leadpartner og projektpartner: Styregruppe Styregruppen udgøres af rektor Morten Winther Ravn og uddannelsesleder Trine Nybroe samt kundeteam fra CompanYoung - bestående af strategisk rådgiver og projektleder/konsulent. Leadpartner – Gribskov Gymnasium • Juridisk og økonomisk ansvarlig over for Region Hovedstaden. • Faglig forankring af NGK, redaktionelt input og koordination med FO og GL. • Projektledelse og styring af egen medfinansiering. • Ansvarlig for måling af den afledte rekrutteringseffekt i marts 2027. Projektpartner – CompanYoung • Koordinering og projektledelse • Strategi og kreativ udvikling af kampagnen. • Produktion af film, grafik og digitalt indhold. • Opsætning og overvågning af kampagneindsatser • Udarbejdelse af statusrapport og slutrapportering.
--	---

Stamoplysninger på leadpartner	
Leadpartner	Gribskov Gymnasium
Adresse	Østergade 52, 3200 Helsingør
Tlf.	48798410
CVR	29553947
Juridisk status	• Selvejende institution
Tegningsberettiget person	Morten Winther Ravn, rektor 52103105 , mwr@gribskovgymnasium.dk
Projektets kontaktperson	Trine Nybroe, uddannelsesleder, 25619234, tny@gribskovgymnasium.dk

Motivation	Vi ønsker støtte til at udbrede kendskabet til en unik nordatlantisk gymnasieklasse, som bidrager til at styrke fællesskabet på tværs af Nordatlanten og dermed rigsfællesskabets sammenhængskraft. Permanentliggørelsen fra skoleåret 2027-28 gør timingen optimal. Nu skal kendskabet matche den langsigtede ambition.
Kompetencer og erfaringer	Gribskov Gymnasium har siden 2019 drevet NGK som forsøgsordning og har dermed syv års akkumuleret erfaring med drift, undervisning og samarbejde på tværs af rigsfællesskabet. Vi har et veludviklet partnerskab med Miðnám á Kambsdali og GUX Sisimiut, og et bredt netværk til Foreningen Norden, Nordisk Ministerråd samt relevante ministerier. Vores ledelse og NGK-udviklingsgruppe har dyb faglig indsigt i nordatlantiske uddannelsesforhold.

Stamoplysninger på partner 2	
Partner 2	CompanYoung A/S
Adresse	Nyhavnsgade 14, 4. th. 9000 Aalborg
Tlf.	74 31 33 63
CVR	32445535
Juridisk status	Aktieselskab
Tegningsberettiget person	Kevin Rebsdorf CEO (adm. direktør) Email: kevin@companyoung.com Tlfnr. 22 28 23 21
Projektets kontaktperson	Mads Severin Aastrup Senior Client Manager Tlfnr. 71968657 E-mail: msa@companyoung.com

Motivation	CompanYoung er en strategisk kommunikationspartner med specialiseret viden inden for ungetiltrækning. De seneste 8 år har de udgivet landets største rapport om unges valg af ungdomsuddannelse. De arbejder til dagligt med uddannelsesinstitutioner i hele Danmark om både elevtiltrækning og elevtrivsel. Deres særlige styrke er at forstå unges adfærd, tiltrækning parameter ved valg af uddannelse og karriere. Denne viden omsættes til indsigt i unikke kampagner, der rent faktisk flytter kendskab og handling. NGK-projektet er en sag de brænder for: det kombinerer deres faglige kernekompetence (tiltrækning af unge til uddannelse) med et sjældent strategisk formål (styrkelse af rigsfællesskabet).
Kompetencer og erfaringer	CompanYoung bygger på data og viden, ikke mavefornemmelser. Vi har Danmarks mest omfattende vidensgrundlag om unges adfærd, trivsel og uddannelsesvalg gennem vores årlige „Unge valg af ungdomsuddannelse“-undersøgelse, som Gribskov Gymnasium også har adgang til via tidligere deltagelse og deltagelse igen i år. Vores leverancer spænder fra analyse, strategi og rådgivning til koncept, produktion og drift af full-funnel-kampagner. Vi har siden 2023 samarbejdet med Gribskov Gymnasium om både GG's og NGK's websites samt filmpakker og fotodag – et samarbejde der gør os helt klar til at eksekvere dette kampagneprojekt uden oplæringsperiode.

Øvrige deltagere i projektet	
Andre deltagere	CompanYoung vil kunne kontakte Midnam a Kambsdalur, Færøerne og GUX Sisimiut, Grønland ved behov. Begge skoler er en del af NGK.
Kompetencer og erfaringer	Eleverne på Gribskov Gymnasium rejser efter 1g videre til først Færøerne, siden Grønland. Vores partnere i disse lande vil derfor kunne bidrage med viden og tekst/billeder om elevernes samlede gymnasieforløb. Vi har et veludviklet og særdeles tæt samarbejde de tre gymnasier indbyrdes.

Bilag til projektbeskrivelse

Liste over bilag	Der er vedlagt tre bilag: <u>Obligatoriske bilag</u> • Budget og finansieringsplan • Partnererklæringer, hvis der er mere end en part i projektet • Effektkort eller effektkæde • Projektplan <u>Bilag som er obligatoriske, men hvor fristen først er 3 måneder efter projektstart</u> • Kommunikationsplan • Evalueringsplan <u>Frivillige bilag</u> • Målhierarki • Interessentanalyse • Risikoanalyse • Andet....]
------------------	--

Underskrift	
Region Hovedstaden tegningsberettiget	[Navn, titel Dato Underskrift]
Leadpartner tegningsberettiget	Morten Winther Ravn, rektor Dato 22/4 2026 Underskrift 