

**Referat
fra
Dansk Kegle Forbunds Hovedbestyrelsesmøde
søndag den 12. maj 2019
i 3 F, Nyborg**

Tilstede:

Forretningsudvalget: Marita Geinitz (MG), Niklas Mikkelsen (NM), Finn Hyldmar (FH)

Sports/Elite udvalget: Henning Vang Nielsen (HN)

Sportsudvalget Classic: Ena Bargholz (EB)

Ungdomsudvalget: Jesper Nielsen (JN)

Seniorudvalget: Ejler Jespersen (EJ)

Lovudvalget: Jette Møller (JMØ)

J.K.U.: Mogens Eriksen (ME), Karl Volsen (KV)

S.K.U.: Michael Zimmermann (MZ), Allan Mortensen (AM)

F.K.U.: Jimmy Eriksen (JE)

K.K.U.: Helene Holst Jensen (HJ), Linda Bille (LB)

Gæster: Louise Ry og Marianne Jensen

DAGSORDEN:

- 1.) Referat fra sidste møde
- 2.) Hvordan bliver vi mere moderne, gengivelse af oplæg fra Jan Darfeldt af Marita
- 3.) Strategiske spor
- 4.) Forslag til Rep. mødet
- 5.) Eventuelt

ADD: 1 Referat fra sidste møde

Ingen bemærkninger

ADD: 2 Hvordan bliver vi mere moderne:

Maritas gengivelse af Jan Darfeldts oplæg på HB-mødet den 12.5.2019

Ud fra Jans oplæg til hovedbestyrelsen på januar-seminaret og mine noter derfra, så får I oplægget gengivet med mine ord og med mine tilføjelser.

DIF's forventninger er helt klart at vi gennemfører de strategiske spor. For god ordens skyld, og for de nye HB-medlemmer, kommer de her:

- 1) Vi vil fastholde eksisterende medlemmer i aldersgruppen 25-59 år.

2) Vi vil rekruttere medlemmer i aldersgruppen + 40 år.

3) Vi vil udvikle forbundets synlighed og kommunikation.

Alt ud fra DIF-målsætning – 25 – 50 – 57.

Generelt er væksten i idrætten båret af ældre/voksne – så det er her potentialet er.
Man bevæger sig fra turnering og stævne til fokus på sundhed, fitness og kropslig effekt.

Kan man arbejde med sporten så den bliver mere tilgængelig? Så den ikke kræver særligt udstyr, tid eller oplæring?

Vores målgruppe vokser (de middelaldrende og gamle)

- markant flere 70-årige - ny tilgang, nye tilbud
- Fortsat vandring fra land til by
- Stort frafald af børn og unge.
- Nye danskere med i foreninger, men mest i kampsport- fodbold.

Vi skal lægge fokus der hvor potentialet er – de lidt ældre.

Vi skal tillempe idrætsgrenen – gøre det tilgængeligt.

Og spørge os – hvilken organisation kræver det så?

Vi havde på mødet en struktur og organisationsdebat:

- største trussel er – at vi ikke ændrer os – tilpasser os ikke samfundet
- Folk betaler sig fra organisationsarbejdet
- Foreningen/organisationen skal have mulighed for at tilpasse sig/ændre sig/ hurtigt
- det skal brandes

⇒ Det man arbejder med, skal ikke være statisk – lav en innovationsgruppe

⇒ Organisationen skal kunne forholde sig til – og agere – i forhold til tendenser og megatrends

Fra fortid til nutid til

- Fra vedtægter til kontrol -
Er ikke fremdrift
- 80 % af unionerne er nedlagt
- Stærke kommunikationsmidler – alle ved alt – lige hurtigt

Specialforbundene skal i dag:

- Løse opgaver professionelt
- Kunne reagere hurtigt – hurtigt svar
- Kommunikere effektivt
- Brande keglesporten

Hvad er keglesporten – fortæl historien

Det gør vi så i dag med Louise ift. kommunikationen

Er vi villige til at betale os fra mere – på andre områder? Der kan fås hjælp fra DIF-udvikling.

Der skal tages nye dagsordener op – vi skal følge udviklingen og tendenser. F.eks. Dansk Firmaidræt – eller senioridræt. Igen – DIF støtter udviklingsprojekter der hvor folk er.

- Forbundets opgaver, og det er altså os, forandrer sig konstant og hurtigt. Vores lokomotiv for idrætslig udvikling og vækst er/kan være klubberne ordner det praktiske – forbundet det politiske.
- Der er så behov for at økonomien samles – det vil give handlekraft både strategisk og dynamisk.
- Opgaveløsninger kræver kompetencer og økonomi – i et helhedsperspektiv.

Fremtidens specialforbund kommer til at bestå af nogle kerneaktiviteter, som aktiviteter (turnering), administration, ledelse og kommunikation. Men også udvikling, bestående af visioner, nye dagsordner, fleksibilitet og følge markedet.

I DKeF er det sådan at:

- 92 % af pengene kommer fra DIF
- Der skal laves en strategi – 5 års plan
- Medlemstilbagegangen fortsætter (ca. 4000)
- Aldersfordelingen – (de unge er næsten væk)

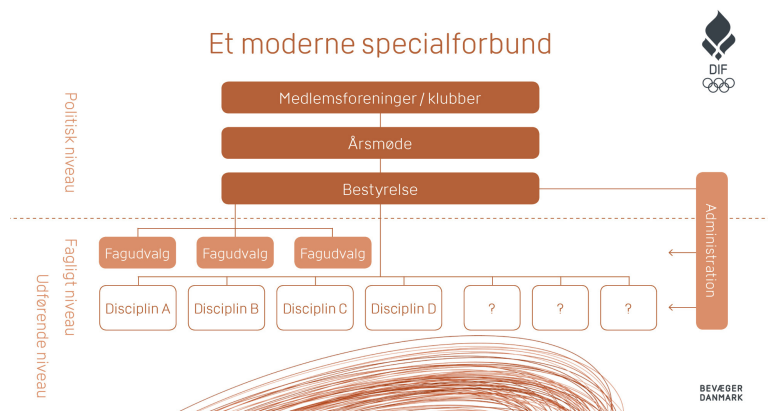
DKeF har i januar 2019

84 klubber – hvoraf 50 af dem har under 25 medlemmer.

Det kunne tyde på at vi har behov for klubudvikling – hurtigt!

Hvem tager sig af/ påvirker at kommunerne ikke nedlægger baner – at de bliver hvor de er?

En mere professionel organisation kunne se ud på denne måde:



Hvor er det vi skal skære væk - - - for at bruge det til noget andet?

Med andre ord 'kill your darlings'. Men hvilke?

Herefter Marita gennemgik spørgsmålene som var gruppearbejde på HB-seminaret.

Vi prioriterede svarene på kerneopgaverne på HB-mødet den 12.5.

De 3 spor og de dermed forbudne opgaver er hovedopgaven.
Dernæst er kerneopgaverne:

Udvikling / Forankring af sporarbejde - **PRIORITET 1**

Økonomi – **PRIORITET 2**

Etablere en organisation med handlekraft og korte veje fra ide til handling – **PRIORITET 3**

Marita havde 3 spørgsmål fra Jan:

Vil vi forandring og modernisering?

Vil vi investere 3-4 lørdage for at udarbejde et oplæg?

Er vi åbne overfor forandringer?

På alle 3 spørgsmål blev der enstemmigt svaret ja.

Marita kontakter Jan for at aftale nærmere.

ADD 3: Strategiske spor:

Der vedlægges 2 filer fra Louise Ry som hun gennemgik.

ADD 4: Forslag:

Ingen bemærkninger

ADD 5: Eventuelt:

MG: spurgte om aktivitetskalenderen er på trapperne.

NM: fortalte at han havde været til rep. møde i DIF, og fortalte lidt om dette. Ikke noget om fremtiden om økonomien vedr. sporene, men det kommer nok på budgetmødet i oktober.

HN: fortalte at aktivitetskalenderen bliver snart lavet.

NM: Ungdommen ønsker at afholde en landsholdssamling, og den vil koste ca. 5.000,00.

MG: Ungdommen må komme med en ansøgning til HB, og vi kan ikke tage beslutning under eventuelt.

MG: Mogens Eriksen bliver den nye næstformand.

FH ønskede alle en god tur hjem.

Referent 12/5-2019 Finn Hyldmar

Gang i keglerne: De strategiske spor 12.05.2019



Indhold

Spor 1 – Fastholdelse af eksisterende medlemmer

- Tilfredshedsanalyse
- Implementering af ny turneringsstruktur
- Breddestævne
- Sponsorplan

Indhold

Spor 2 – rekruttering af medlemmer + 40

- Samarbejde med intern marketing kompetence
- Udarbejdelse af fysisk materiale (Q4)
- Kommunikationsplatform (del resultat)

Indhold

Spor 3. Udvikling af Forbundets synlighed og kommunikation

- Uddannelse til medie/online løsning
- Life stream fra større arrangementer
- Erfagruppe på tværs af unionerne
- Hjemmeside, herunder debatforum på hjemmeside
- Integreret kommunikationsstrategi, herunder intern online kommunikationsstrategi (pkt. 4. 2018), sponsorplan (2019), ekstern kommunikations/marketing strategi (2019/20/21))

Spor 1. Fastholdelse af eksisterende medlemmer: Konklusion på tilfredshedsanalyse (Hører til 2018)

Mest gennemgående ønsker og forslag fra medlemmerne

Forbedringer og fornyelse inden for såvel sociale- som konkurrencemæssige forhold

- Flere sociale arrangementer og en mulighed for at være med, selvom formen og kroppen ikke er så god, som den har været.
- Mulighed for at kombinere det sociale med fokus på konkurrence og dygtiggørelse, så der både er plads til dem, der vil det sociale mest og dem der vil konkurrence og præstationer mest.
- Mere fleksible turneringstider, der er tilpasset medlemmerne, så de bedre kan kombinere dette med arbejde
- Forbedrede konkurrence- og turneringsformater, herunder træning med større fokus på konkurrencer, resultater og dygtiggørelse

Spor 1. Konklusion på tilfredshedsanalyse (Fortsat)

Forbedringer og fornyelse inden for såvel sociale- som konkurrencemæssige forhold fortsat:

- Individuel træning og lokale hverdagskampe med brug af en træner til at guide og gøre medlemmerne bedre, så de også er godt forberedt, når de skal ud og konkurrere
- Deltagelse i konkurrencer skal være nemmere

Spor 1. Konklusion på tilfredshedsanalyse (Fortsat)

Mest gennemgående ønsker fra undersøgelsen

Bedre tilbud til medlemmerne og bedre kommunikation på alle niveauer

- Hvad angår til faciliteterne i klubberne, er der et ønske om, at de bliver forbedrede og vedligeholdt noget mere, så kvaliteten af baner etc. bliver højnet. Hertil kommer:
- Bedre kommunikation og åbenhed
- Bedre kommunikation fra Forbundet

Spor 1. Konklusion på tilfredshedsanalyse (Fortsat)

Mest gennemgående ønsker fra undersøgelsen

Bedre tilbud til medlemmerne og bedre kommunikation på alle niveauer

- Bedre dialog mellem klub og Forbund, så Forbundet har bedre kendskab til klubben og klubbens ønsker
- Mere åbenhed i forhold til fornyelse og nye forslag.
- Der efterspørges også mere reklame og opmærksomhed omkring sporten, og der bliver blandt andet foreslået at samarbejde med kommuner om dette.

Spor 1. Implementering af ny turneringsstruktur (2019 – er godkendt i 2018)

✓ Turneringsstrukturen er fastlagt og implementeret

- Den opfylder medlemmernes ønske om forbedrede konkurrence- og turneringsformater
- Positive tilbagemeldinger fra spillerne
- Medlemmerne ønsker bedre træningsforhold, herunder individuel træning og tilrettelæggelse af lokale hverdagskampe – det bliver så en opgave for klubberne at drøfte om det kan lade sig gøre

Spor 1. Breddestævne (2019 – er godkendt i 2018)

✓ Stævnet er etableret

Alle medlemmer kan deltage, bortset fra 107 elitespillere, som ikke kan være med

- Stævnet finder sted den 28. og 29. september i henholdsvis Sønderborg, Fredericia, Nyborg og i Køge
- Indbydelsen bliver sendt i dag

Spor 1. Sponsorplan – bliver en del af en samlet kommunikationsstrategi (2019 – sponsorplan – godkendelse i Q3)

- Godt begyndt, men ikke fuldendt endnu – planen og udvælgelse af en sponsoransvarlig skal være på plads inden Q3
- Udfordringer:
 - Manglende sponsorkompetencer i Forbund, union og klubber
 - Manglende frivillige i klubberne
 - Manglende finansiering af ekstern arbejdskraft uden for sporten
 - Stor konkurrence fra andre sportsgrene, events m.m.
- Forslag:
 - Slå den kommunikationsansvarlige, den marketingansvarlige og den sponsoransvarlige sammen i en profil og nedsæt et udvalg bestående af én fra Dansk Kegel Forbund og én fra hver union samt den kommunikationsansvarlige

Spor 2. Ekstern marketingkompetence + marketing materiale: Procesmål

- ✓ Samarbejde med ekstern marketingkompetence
- Udarbejdelse af marketingmateriale skal først ske i Q 4.

Sporet handler om at:

- Lave rekrutteringsmateriale
- Klæde klubberne på, så de kan lykkes med deres rekruttering
- Etablere lokale og landsdækkende aktiviteter for potentielle medlemmer
- Samarbejde med andre special forbund

Basis: Kommunikationsplatform

Alle spor. Kommunikationsplatform for Dansk Kegle Forbund

1. Navn, logo og kerneløfte

- Navn
- Logo
- Kerneløfte

2. Fundamentet

- Vision,
hovedmålsætninger og
målgrupper
- Mission
- Kerneværdier

3. Strategisk position og kernefortælling

- Position: Hvad vil vi være
for hvem
- Kernefortælling
(kort/lang)

4. Strategisk Position og budskaber

- Selling points og
hovedbudskaber

1. Kerneløfte: **Kegler – En sport for alle**

Logo

- Ændring af logoet – mere rød farve, fordi det signalerer varme og puls på en gang. En del forbund anvender den røde farve, så vi må finde gode komplementær farver
- Ingen drastiske ændringer på grund af trøjer som fortsat skal kunne anvendes



2. Fundamentet

Vores vision

Vi stræber efter at fastholde og udvikle keglesporten i Danmark ved at dyrke spillet, fremme trivslen og sikre et sundt liv for alle aldersgrupper i vores sport

Glem aldrig visionen, som vi når ved at fokusere på vores tre strategiske målsætninger og vores to hoved målgrupper

- Fastholdelse – aldersgruppen 25-59 år
- Rekruttering – meget gerne målgruppen + 40.
- Kommunikation

2. Fundamentet (fortsat)

Mission

Vi sikrer, at vores medlemmer kan dyrke keglesport på både elite- og breddeplan.

Forbundet udstikker retningen og giver mulighed for at konkurrere nationalt og internationalt, unionerne kommunikerer visionen, missionen og værdierne og sikrer sammen med HBs forretningsudvalg kommunikationsmæssig sammenhængskraft, klubberne skaber sammenhold, fællesskab, træning og trivsel.

Både elite- og breddesporten styrker glæden ved at bevæge sig, få motion og deltage i turneringer. Vi tilbyder et stærkt socialt og varmt fællesskab, som omfatter spillere i alle aldre og køn og fra alle samfundslag. Vores klubber søger altid at skabe et hyggeligt samvær før, under og efter spillet.

Keglesporten er én af de få idrætsgrene, hvor mænd og kvinder spiller og konkurrerer på lige vilkår samtidig med, at de trives og holder sig sunde, raske og friske.

2. Fundamentet (Fortsat)

Kerneverdier

Vi er en sport, der byder på fysiske og sociale værdier, som styrker velvære, helbred og et langt liv:

- **Konkurrence**, sund og fokuseret træning
- **Bevægelse** – et forbund i bevægelse og glæden ved at bevæge sig fysisk
- **Sammenhold**, fællesskab og hygge, der giver velvære og glæde for den enkelte
- **Rummelighed**, der betyder at alle mennesker (alle sociale lag, etniske mindretal, alle aldre m.m. kan inkluderes i sporten

Med lidt "god vilje" kan man huske på det meningsløse ord "kesu", som er første og andet bogstav på skift i de fire kerneværdier

3. Strategisk position og kernefortælling - den helt korte version

Position: Hvad vil vi være for hvem

Vi vil være det fristed, hvor hele familien, vennerne og de, der er alene, unge som seniorer kan mødes og danne et fællesskab om deres keglesport, deres sunde liv og deres trivsel.

*Vi vil med andre ord bidrage til at opfylde FNs verdensmål om **at sikre et sundt liv for alle og fremme trivsel for alle aldersgrupper***

Keglesport, sundhed og trivsel går hånd i hånd. Og vores vision, mission, værdier og strategiske målsætninger understøtter, at keglesporten kan fastholde denne position i forhold til andre gode sportsgrene med andre typer sportsudøvere.

Kort version af kernefortællingen. Overskrift: Keglesporten kæmper for verdensmål nr. 3

- **Oprindelsen:** Keglesporten kan føres tilbage til Ægyptens og Roms storhedstid og er dermed én af vores ældste sportsgrene. Arkæologer har afdækket fornemme vægrelieffer, der illustrerer spillet, i flere gravkamre. Arkæologerne har også fundet tilbehør til keglespillet i form af kegler, der var lavet af knogler. Datidens grave viser os, at spillet har betydning lige til den sidste del af vores liv.
- **Udviklingen:** Spillet er populært og op igennem tiden spiller man det overalt lige fra klostre til de almindelige markedspladser, hos herskaber og hos kongefamilier som Christian IV. Keglesporten udvikler sig op igennem tiden og er en forløber for bl.a. boccia i Italien, petanque i Frankrig og Boul i England og også bowling, som spillet dog adskiller sig fra bl.a. ved at være mere teknisk krævende.
- **De 17 verdens mål:** Det ligger i DNA'et, at keglesporten er særlig velegnet til at byde på fællesskab og glæde ved bevægelse på en måde, hvor alle kan være med. Derfor arbejder Dansk Kegel Forbund målbevidst på at styrke det 3. af FNs 17 verdensmål, der går ud på at sikre et sundt liv for alle og fremme trivsel for alle målgrupper.
- **Vi er godt på vej.** Vi rummer mennesker i alle aldre, og vi tilbyder faciliteter, der passer til både den aktive elitespiller og breddespilleren, der ønsker at motionere, bevæge- og hygge sig. Igennem mange århundreder har vi set, at et sundt liv rummer både fysisk bevægelse, afslapning og socialt samvær. Flere af vores klubber arbejder på projekter for seniorer, der har brug for at komme ud blandt andre mennesker, og som finder glæde ved at bevæge sig, derfor er vores slogan Kegler – En sport for alle

Spor 3 Udvikling af Forbundets synlighed og kommunikation

I beskrivelsen af de interne indsatser relateret til spor 3 står der:

- "Der skal laves et samarbejde med en ekstern kompetence, der kan hjælpe med at lave online løsninger samt en kommunikationsstrategi, som kan understøtte medlemmernes, klubbernes, unionernes og forbundets behov"

Der står også, at vi skal:

- Revurdere den interne organisering i D.Ke.F og ansvarsopgaver
- Øge D.Ke.Fs synlighed eksternt
- Samarbejde om online løsninger
- Samarbejde om en intern kommunikationsstrategi

Spor 3. Udvikling af Forbundets synlighed og kommunikation (procesmål 2019)

- De første 10 pct. af klubberne er allerede online – DIF udarbejder undervisningsvideoer, Marianne skriver vejledninger til Kegleportalen
- Live stream fra større arrangementer har voldt os udfordringer:
 - Manglende dækning i lokalerne
 - DIFs model m. brug af egen mobil
- ERFA gruppe – en del af den interne kommunikationsstrategi
- Debatforum fravalgt i første omgang – tidskrævende – måske lidt farligt

De mange kommunikationsopgaver skal have endnu en gennemarbejdning i vores gruppe. Alle strategier og handlingsplaner samles i juni i den integrerede kommunikationsstrategi.

Spor 3. Udvikling af Forbundets synlighed og kommunikation: D.Ke.Fs hjemmesider

Samle de 5-6 nuværende hjemmesider, så der bliver et gennemgående layout og en fælles nyhedsformidling

- Det drejer sig om hjemmesiderne:

- <http://www.kegler.dk>
- www.kegler-dkef.dk
- <http://fku-kegler.dk>
- <http://www.jku.dk>
- <http://www.kku-kegler.dk>
- <http://www.sku-kegler.dk>
- <http://www.seniorkegler.dk/>

Spor 3. Udvikling af Forbundets synlighed og kommunikation: D.Ke.Fs hjemmesider (fortsat)

Eksempler på indhold i kravspecifikation:

- Hver union skal have deres egne "undersider", hvor der skal være plads til det nuværende indhold (de bliver bedt om at fjerne uaktuelt indhold, inden siderne flyttes)
- Siden skal have responsive design
- Der skal være overordnede administratorer og administratorer, der kun har adgang til udvalgte områder på siden.
- Der skal kunne trækkes brugbar statistik over brugen på siderne.... Plus meget mere

Spor 3. Udvikling af Forbundets synlighed og kommunikation: D.Ke.Fs hjemmesider (fortsat)

Eksisterende hjemmeside

<http://www.kegler-dkef.dk/Cms/>

Ny hjemmeside

<http://kegleportalen.dk/cms/?cmsid=891>

På gensyn

- Next step
 - Modtagelse af jeres input
 - Møde i sporgruppen om integreret kommunikationsplan
- Færdiggørelse af strategi og handlingsplan, der justeres løbende indtil år 2021



Kommunikationsplatform for Dansk Kegel Forbund

1. Navn, logo og kerneløfte

- Navn
- Logo
- Kerneløfte

2. Fundamentet

- Vision, hovedmålsætninger og målgrupper
- Mission
- Kerneværdier

3. Strategisk position og kernefortælling

- Position: Hvad vil vi være for hvem
- Kernefortælling (kort/lang)

4. Strategisk Position og budskaber

- Selling points og hovedbudskaber



Indledning

Kommunikationsplatform. Dansk Kegel Forbund har samlet de holdninger og udsagn, som vi ønsker kommer til at præge kommunikationen fra Dansk Kegel Forbund fremover. Vi kalder det Dansk Kegel Forbunds Kommunikationsplatform. Platformen tager udgangspunkt i både fortid, nutid og fremtid, og det er vores ønske, at medlemmerne i Dansk Kegel Forbund genkender den identitet, som vi har taget udgangspunkt i. Man kan plukke i dokumentet alt efter, hvad man har brug for at kommunikere.

Udgangspunktet. Platformen baserer sig på: Fase 1: En workshop, som er gennemført med deltagelse af medlemmer fra HB og frivillige fra vores tre udviklingsspor, Fase 2: En medlemsundersøgelse med deltagelse af små hundrede medlemmer fra forskellige klubber, Fase 3: en arbejds- og skrive fase med Louise Ry som skriverkarl og udvalgsmedlemmer og frivillige som input-givere og sparringspartnere.

Grafisk fase. Kommunikationsplatformen egner sig som input til en grafisk fase, hvor Dansk Kegel Forbunds visuelle identitet moderniseres.

Kernefortælling. Dokumentet beskriver Dansk Kegel Forbunds position i sporten og fokuserer på identitet og historiefortælling, der gør det lettere at kommunikere om sporten til vores medlemmer og kommende medlemmer.

Hvad vil vi være for hvem. Kommunikationsplatformen skal også give svaret på, hvad Dansk Kegel Forbund gerne vil være for hvem.



1. Navn, Logo og kerneløfte

Navn

- Navnet: Dansk Kegel Forbund fastholdes. Fordelene er, at det indtil videre passer godt ind i de gængse udtryk for sammenslutninger/ idrætsforeninger under DIF. Ordet *forbund* er lidt gammeldags, men det er også solidt: Der bliver taget hånd om én, når man er organiseret i et forbund, man bliver hørt. Det er trygt og socialt, og netop de to ord er anvendelige i markedsføringen af Dansk Kegel Forbund.

Logo

- Fremadrettet vil vi anvende tegningerne fra det logo, som er afspejlet i landsholdets emblem, da den røde farve er med til at understrege varme og puls på en gang. En del forbund anvender den røde farve, så vi må finde gode komplementær farver

Kerneløfte

- Styrker kroppen og fremmer trivsel i alle aldersgrupper Alternativer: Din sociale (eller sunde) sport, Kegler: sport for hele familien, Kegler fremmer trivslen, Kegler for alle 2021 (endelig beslutning den 29. marts)



2. Fundamentet

Vision

Vi stræber efter at fastholde og udvikle keglesporten i Danmark ved at dyrke spillet, fremme trivslen og sikre et sundt liv for alle aldersgrupper i vores sport

Visionen tager både hånd om en vigtig udvikling for sporten og tager udgangspunkt i det tredje af FNs 17 verdensmål: "Sikre et sundt liv for alle og fremme trivsel for alle aldersgrupper". FNs verdensmål harmonerer også med tankerne bag "Bevæg dig for livet". Der er mange måder at opnå det sunde liv på, og Dansk Kegel Forbund har en særlig mulighed for at bidrage til netop dette mål ved at være tro mod sportens "arv" og samtidig skabe forandring i klubberne.

Glem aldrig visionen, som vi når ved at fokusere på vores tre strategiske målsætninger og vores to hoved målgrupper

- Fastholdelse – medlemmerne i aldersgruppen 25-59 år
- Rekruttering – meget gerne målgruppen + 40. Vær ikke bange for at rekruttere seniorer med behov for netop de værdier, som keglesporten kan tilbyde segmentet
- Kommunikation - løft budskaberne til medlemmer og potentielle medlemmer ved at kommunikere om det sunde liv og sportens vision om at sikre dette til alle. Ledsag kommunikationen med aktiviteter/events, der fortolker vision til praktisk handling



2. Fundamentet (fortsat)

Mission

Vi sikrer, at vores medlemmer kan dyrke keglesport på både elite- og breddeplan.

Forbundet udstikker retningen og giver mulighed for at konkurrere nationalt og internationalt, unionerne kommunikerer visionen, missionen og værdierne og sikrer sammen med HBs forretningsudvalg kommunikationsmæssig sammenhængskraft, klubberne skaber sammenhold, fællesskab, træning og trivsel.

Både elite- og breddesporten styrker glæden ved at bevæge sig, få motion og deltage i turneringer. Vi tilbyder et stærkt socialt og varmt fællesskab, som omfatter spillere i alle aldre og køn og fra alle samfundslag. Vores klubber søger altid at skabe et hyggeligt samvær før, under og efter spillet.

Keglesporten er én af de få idrætsgrene, hvor mænd og kvinder spiller og konkurrerer på lige vilkår samtidig med, at de trives og holder sig sunde, raske og friske.



2. Fundamentet (Fortsat)

Kerneverdier

Vi er en sport, der byder på fysiske og sociale værdier, som styrker velvære, helbred og et langt liv:

- **Konkurrence**, sund og fokuseret træning
- **Bevægelse** – et forbund i bevægelse og glæden ved at bevæge sig fysisk
- **Sammenhold**, fællesskab og hygge, der giver velvære og glæde for den enkelte
- **Rummelighed**, der betyder at alle mennesker (alle sociale lag, etniske mindretal, alle aldre m.m. kan inkluderes i sporten

Med lidt "god vilje" kan man huske på det meningsløse ord "kesu", som er første og andet bogstav på skift i de fire kerneværdier



3. Strategisk position og kernefortælling

Position: Hvad vil vi være for hvem

Vi vil være det fristed, hvor hele familien, vennerne og de, der er alene, unge som seniorer kan mødes og danne et fællesskab om deres keglesport, deres sunde liv og deres trivsel.

Vi vil med andre ord bidrage til at opfylde FNs verdensmål om *at sikre et sundt liv for alle og fremme trivsel for alle aldersgrupper*

Keglesport, sundhed og trivsel går hånd i hånd. Og vores vision, mission, værdier og strategiske målsætninger understøtter, at keglesporten kan fastholde denne position i forhold til andre gode sportsgrene med andre typer sportsudøvere.



3. Kernefortællingen om vores sport (lang version – måske egnet til hjemmesiden)

Oprindelsen: Keglesporten kan føres tilbage til Ægyptens og Roms storhedstid og er dermed én af vores ældste sportsgrene. Arkæologer har afdækket fornemme væg-relieffer, der illustrerer spillet, i flere gravkamre. Arkæologerne har også fundet tilbehør til keglespillet i form af kegler lavet af knogler. Datidens grave viser os, at spillet har betydning lige til den sidste del af ens liv.

De populære værdier: Spillet er populært og er gennem tiden blevet spillet overalt lige fra klostre til de almindelige markedspladser, hos herskaber og hos kongefamilier som Christian IV. Dengang som i dag står keglesporten for fællesskab, familie, glæden ved bevægelse, rummelighed og konkurrence. I visse perioder før i tiden er keglespillet så eftertragtet, at det bliver forbudt, måske for at det ikke skal tage overhånd hos den arbejdende befolkning.

Udviklingen: Keglesporten udvikler sig op igennem tiden og er en forløber for bl.a. boccia i Italien, jeu de Boules /petanque i Frankrig og Boul i England, men også bowling er en del af familien. Spillet udvikler sig sportsligt, banerne bliver bedre, og man rykker keglesporten inden døre, så man kan træne i alt slags vejr. Men sporten forbliver en social sport.



3. Kernefortællingen om vores sport (Lang version fortsat)

Sporten i dag I midten af det 19. århundrede får keglesporten et nyt indholdsmæssigt præg med nye udfordrende regler og forskellige spil. Vi bliver en del af de Olympiske Lege. Sportsudøverne perfektionerer spillene i forskellige retninger og danner forskellige forbund, men på trods af fælles træk med andre sportsforbund har keglesporten sin egen særlige identitet.

Der er mange, der forveksler bowling og kegler. Kort kan man sige, at keglespillet er teknisk mere krævende, men der er også forskel på kuglerne og banerne er forskellige.

Det ligger i DNA'et, at keglesporten er særlig velegnet til at byde på fællesskab og glæde ved bevægelse i en form, hvor alle kan være med. Derfor arbejder Dansk Kegel Forbund målbevidst på at styrke det 3. af FNs 17 verdensmål, der går ud på at sikre et sundt liv for alle og fremme trivsel for alle målgrupper.

Vi er godt på vej. Vi rummer mennesker i alle aldre, og vi tilbyder faciliteter, der passer til både den aktive elite sportsudøver og breddespilleren, der ønsker at motionere, bevæge- og hygge sig. Igennem mange århundreder har vi set, at et sundt liv rummer både fysisk bevægelse, afslapning og socialt samvær. Flere af vores klubber arbejder på projekter for seniorer, der har brug for at komme ud blandt andre mennesker, og som har eller finder glæde ved at bevæge sig.

Alle skal kunne være med. Derfor er vores slogan: Kegler for alle 2021.



Kort version af kernefortællingen. Overskrift: Keglesporten kæmper for verdensmål nr. 3

- **Oprindelsen:** Keglesporten kan føres tilbage til Ægyptens og Roms storhedstid og er dermed én af vores ældste sportsgrene. Arkæologer har afdækket fornemme vægrelieffer, der illustrerer spillet, i flere gravkamre. Arkæologerne har også fundet tilbehør til keglespillet i form af kegler, der var lavet af knogler. Datidens grave viser os, at spillet har betydning lige til den sidste del af vores liv.
- **Udviklingen:** Spillet er populært og op igennem tiden spiller man det overalt lige fra klostre til de almindelige markedspladser, hos herskaber og hos kongefamilier som Christian IV. Keglesporten udvikler sig op igennem tiden og er en forløber for bl.a. boccia i Italien, petanque i Frankrig og Boul i England og også bowling, som spillet dog adskiller sig fra bl.a. ved at være mere teknisk krævende.
- **De 17 verdens mål:** Det ligger i DNA'et, at keglesporten er særlig velegnet til at byde på fællesskab og glæde ved bevægelse på en måde, hvor alle kan være med. Derfor arbejder Dansk Kegel Forbund målbevidst på at styrke det 3. af FNs 17 verdensmål, der går ud på at sikre et sundt liv for alle og fremme trivsel for alle målgrupper.
- **Vi er godt på vej.** Vi rummer mennesker i alle aldre, og vi tilbyder faciliteter, der passer til både den aktive elitespiller og breddespilleren, der ønsker at motionere, bevæge- og hygge sig. Igennem mange århundreder har vi set, at et sundt liv rummer både fysisk bevægelse, afslapning og socialt samvær. Flere af vores klubber arbejder på projekter for seniorer, der har brug for at komme ud blandt andre mennesker, og som finder glæde ved at bevæge sig, derfor er vores slogan Kegler for alle 2021



4. Strategisk position og hovedbudskaber

Selling points

- Alle kan være med: Vi værner om medlemmerne, trivslen og sundhedsskabende værdier.
- Vi konkurrerer på alle niveauer både individuelt og på hold og vi sikrer, at alle kan være med.
- Vi tror på, at vores medlemmer får et sundt liv, når de kobler fra og hygger sig, derfor er keglesport ikke kun konkurrence og træning. Det er også sammenhold og rummelighed.

Hovedbudskaber

- Det er den hyggeligste og samtidig den mest udfordrende sport, der findes. Når man først er begyndt stopper man først, når man dør 😊
- Keglesport er en gammel sport, den er medrivende og fascinerende. Dog er det de færreste, som har helt styr på, hvad det går ud på. De forveksler det ofte med bowling. Derfor arbejder vi hårdt på at forklare hvad forskellen på de to spil er.



4. Strategisk position og hovedbudskaber (fortsat)

- Både keglesporten og bowling udspringer fra de gamle ægyptere og romere, men sportsgrenene har udviklet sig lidt forskelligt. Keglesporten i Danmark har to typer spil, som kaldes: Bohle- og Classic kegler. De to spil er også lidt forskellige fra hinanden.
- Forskellen på bowling og kegler er primært, at der er større udfordringer ved at spille kegler. Keglespillet er mere teknisk krævende til gengæld er pointgivningen mere simpel.
- Helt konkret er der også forskel i antallet af kegler, (9 i bohle og classic kegler, og 10 i bowling), Der er forskel på kuglerne (de er mindre og uden huller) og der er forskelle på banerne, som er smallere og længere.
- Der er også forskel på at spille Classic og spille bohle. Classic kegler er endnu mere teknisk krævende end bohle kegler, og classic kegler er mere udbredt uden for Danmark. I Danmark spiller vi det indtil videre kun classic kegler på Sjælland, fordi sjællænderne har opstillet de baner, der passer til classic.