



Eventpakke A – Idrætshal / Idrætscenter

Mål	At gøre keglesporten let at prøve for lokale børnefamilier og forældre i idrætshaller og idrætscentre og omsætte et godt førstegangsbesøg til konkrete prøvetræninger og medlemskab via tydeligt næste skridt, enkel opfølgning og et gennemgående familietema.
Baggrund	Idrætshaller og idrætscentre har allerede trafik, ventetid og naturlige mødesteder som reception, café eller tribuneområde. Potentialet ligger i at konvertere "vi er her alligevel" til et lav barriere prøve-moment og derefter fastholde deltagere gennem en kort introserie eller en familieorienteret mini-liga.
Publikumsløfte	En kort, tryk og sjov introduktion til kegler (ca. 25-90 min afhængig af format), hvor alle kommer i gang hurtigt, og hvor familierne går hjem med et klart næste skridt til at komme igen.
Afgrænsning	På baggrund af DKeF's feedback er det tværforbundsformat, der tidligere lå som Format 1, ikke videreudviklet her. Pakke A fokuserer derfor på de to spor, som DKeF har peget på som mest lovende: 1) Kegle-Liga Light med stærkere familiefokus og 2) Forældre Drop-in som skabelon, der kan bruges både i idrætshal og – i tilpasset form i skolekældre.

Indholdsfortegnelse

1) Kort overblik	3
2) Fokuslokationer (idrætshal/idrætscenter)	3
2.1 Fokusklubber i målgruppen.....	3
3) Målgruppe & løfte (familietema).....	4
4) Hvornår er Pakke A den rigtige løsning?.....	5
5) Formatspor i Pakke A	5
5.1 Format 2 – Kegle-Liga Light: Familieedition.....	5
5.2 Format 3 – Forældre Drop-in (skabelon).....	5
5.3 Anbefalet samspil mellem de to formater.....	6
6) Gæsterejse (før / under / efter) – customer journey (2 spor).....	6
Spor 1: Format 3 – Forældre Drop-in (micro-journey).....	6
Spor 2: Format 2 – Kegle-Liga Light: Familieedition	7
De 5 vigtigste øjeblikke i Pakke A	7
7) Opsætning og venuekrav i idrætshal/idrætscenter	7
8) Spildedesign og familie-oplevelse.....	8
8.1 Loop-bibliotek til Drop-in og engangsafvikling.....	8
8.2 Spildedesign til Kegle-Liga Light.....	8
9) Roller & bemanning	8
10) Detaljeret kommunikationsplan (6-8 uger)	8
10.1 Forudsætninger (skal være klar i uge -6).....	8
10.2 Kanalansvar (rollefordeling).....	8



10.3 Tidslinje (uge -6 til uge +2).....	9
10.4 Content-liste (producer én gang).....	9
11) Projekt-tidslinje (-8 uger til +2 uger).....	9
12) Workstreams og ansvar (hvem gør hvad)	10
13) Sikkerhed, tryghed og samtykke (minimumsstandard)	10
13.1 Minimum før event.....	10
13.2 Foto/video og samtykke	10
13.3 Tilgængelighed og tryghed	10
14) Onboarding-funnel (fra event -> intro -> medlemskab)	10
15) Run-of-show og generalprøve light.....	11
15.1 Run-of-show – 90 min (A1/A3-lignende standard).....	11
15.2 Generalprøve light (uge -1)	11
15.2 Run-of-show – 120 min kickoff til Kegle-Liga Light	11
15.3 Generalprøve light – særligt for A2	12
16) Budget (skabelon + niveauer)	12
17) KPI'er og måling.....	12
18) Tjeklister	12
18.1 Tjekliste – før (senest T-7)	12
18.2 Tjekliste – dag-of	13
18.3 Tjekliste – efter (T+1)	13
Bilag A – Skabeloner (copy/paste).....	13
A1) FB-post (kort).....	13
A2) Center-tekst (reception/café/nyhedsbrev)	13
A3) Reminder til tilmeldte (SMS)	13
A4) 'Book næste gang'-replik.....	13
Bilag B – Center- og partner-outreach	13
B1) Mini-script til centerledelse (telefon/mail)	13
B2) Mini-script til nabohold i centeret	13
B3) Mini-script til lokal café/butik	14
Bilag C – Budgetark / evalueringsark	14
Bilag D – Forældre Drop-in skabelon (kan bruges i idrætshal og i tilpasset form i skolekælder) 14	
D1) Hvad er formålet med Forældre Drop-in?	14
D2) Standard-skabelon – 30 minutters slot	14
D3) Tilpasning: idrætshal vs. skolekælder.....	14
D4) Hvilke klubber kan bruge skabelonen først?	15
D5) Mini-script til frivillige ved Forældre Drop-in.....	15



1) Kort overblik

- Kernegreb: Familietema som gennemgående rød tråd + lav friktion + høj succesrate på banerne + booking af næste skridt, før deltagerne går hjem.
- Standardlogik: Brug hallens eller centerets eksisterende trafik, ventetid og synlighed som motor i stedet for at skabe en oplevelse helt fra nul.
- Primære formater i denne pakke: A2 Kegle-Liga Light: Familieedition og A3 Forældre Drop-in.
- Kerneprincip: Hellere færre deltagere med stærk oplevelse og høj konvertering end fyldt hus uden opfølgning.
- Beslutningspunkt: Tidspunkt, antal baner, synlighed i centeret og bemanning afhænger af den konkrete lokation og skal afklares tidligt.
- Succeskriterier: Fremmøde, booking af introforløb på stedet, show-up til første træning, fastholdelse 2-4 uger efter samt frivillig oplevelse.

2) Fokuslokationer

Tabellen nedenfor filtrerer jeres samlede centeroversigt til de anlæg, hvor idrætscenter/idrætshal/multicenter-logikken gør Pakke A mest relevant.

Center	Venue-type	Placering	Klubber/foreninger
Lyngby Kegle Center	Idrætscenter	Lyngby Idrætsby	8 OK, KCK
Grøndal Multicenter	Idrætscenter	Grøndal Multi Center	KIFA
Dragør Kegle Center	Idrætscenter	Idrætshal/Multicenter	VSK
Gørlev Kegle Center	Idrætshal	Idrætshal/Multicenter	Gørlev
Maribo Kegle Center	Idrætshal	I kælderen ved hallen	Alliancen
Aarhus Kegle Center	Idrætscenter	Idrætshal/Multicenter	Alle Ni, ADK, Århus Senior
Fredericia Kegle Center	Idrætscenter	Fredericia Idrætscenter	FDK, Madsby, FUK, senior/ældre
Esbjerg Kegle Center	Idrætscenter	Idrætshal/Multicenter	Esbjerg
Christiansfeld Kegle Center	Idrætshal	Christiansfeldhallen	Skjold, Christiansfeld
Kloster Kegle Center	Idrætshal/Multicenter		
Hammelev Kegle Center	Idrætshal/Multicenter		Hammelev
Nordals Kegle Center	Idrætshal/Multicenter		Nordals
Gråsten Kegle Center	Idrætshal/Multicenter		ALF
Sydals Kegle Center	Idrætshal/Multicenter	Tandslet Idrætscenter	Sydals

2.1 Fokusklubber i målgruppen

Tabellen nedenfor samler de klubber, der er mest relevante for Pakke A ud fra jeres medlemsoversigt. Den er tænkt som et prioriteringsværktøj for DKeF og ikke som en endelig vurdering af potentiale.

By/område	Klub	Kommentarer	2024	Hvad betyder det for Pakke A?
Lyngby	8 O.K. Lyngby		15	Kan være relevant som familiepilot, hvis centeret kan skabe synlighed.
Lyngby	K.C.K.		17	To klubber i samme center giver mulighed for fælles pilot.
København – Grøndal	Kifa	incl ungdom	22	God kobling til familieformat, fordi klubben allerede har yngre profil.



Dragør	V.S.K.		71	Stabil base og stærkt lokalt volumen.
Gørlev	Gørlev		32	Mellemstor klub. kan være god pilot med enkel afvikling.
Maribo	Alliancen	Pensionister	59	Stærk volumen, men familievinkel skal bygges aktivt.
Århus	Alle Ni		17	Kan kobles til familieformat og centertrafik.
Århus	A.D.K.	Pensionister	8	Mindre relevant som familieanker alene, men kan støtte frivilligt.
Århus	Århus Senior Kegleklub	Pensionister	78	Stærk klubbbase, men familieformat kræver særskilt rekruttering.
Fredericia	FDK		16	Relevant sammen med øvrige Fredericia-klubber.
Fredericia	Madsby		16	Kan indgå i lokal koordination.
Fredericia	FUK	ungdomsklub	8	Vigtig fordi den giver kobling til børn/unge.
Fredericia	Fredericia Senior Kegleklub	Pensionister	33	Kan støtte som frivilligbase.
Fredericia	Fredericia Ældre Keglerne	Pensionister	26	Kan støtte som frivilligbase.
Esbjerg	Esbjerg	incl ungdom	34	God kandidat til familiepilot.
Christiansfeld	Christiansfeld Kegleklub	Pensionister	256	Meget stor klub. Familieformat kræver tydelig ekstern rekruttering.
Hammelev	Hammelev		230	Stor volumen, men pilot bør kun vælges hvis center-synlighed er god.
Nordals	Nordals	Pensionister	35	Mellempofil; kræver lokal vurdering.
Gråsten	ALF	Pensionister	189	Stor klub. Familieformat muligt
Sydals	Sydals		134	Stærk lokal base. relevant hvis idrætscentret kan bruges som synlig kanal.

Praktisk pilotanbefaling: Start med 2-3 fokuslokationer, hvor I kan sikre 1) minimum 90 min banetid, 2) 3-4 frivillige i rollerne vært/coach/booking og 3) synlighed i centeret via reception, café, noticeboard eller centerets egne kanaler.

3) Målgruppe & løfte

Primær målgruppe:

- Børnefamilier (ca. 8-14 år), der ønsker en kort, indendørs aktivitet i forbindelse med andre hverdagsøremål.
- Forældre/voksne begyndere, især dem der allerede befinder sig i centeret som afleverer, henter eller venter.
- Sekundært: bedsteforældre/flergenerationshold, hvis klubben og banen kan bære den ekstra kompleksitet.

Familietema som rød tråd i Pakke A betyder konkret:

- at kommunikationen skal tale til både børn og voksne samtidig, ikke kun til spilleren.
- at banespillet skal designes, så børn kan få succes hurtigt, uden at voksne føler sig hægtet af.
- at næste skridt skal kunne bookes som familieaktivitet, ikke kun som individuelt medlemskab.
- at frivilligrollen skal være værtskab og guidning, ikke bare teknisk instruktion.

Eventløfte (skal stå i al kommunikation):

- Ingen erfaring nødvendig – vi guider jer hele vejen.
- Kort og overskueligt: 25-90 minutter afhængig af format.
- Alle spiller (ikke bare kigger på) – børn og voksne får succesoplevelser.
- I går hjem med et konkret næste skridt (booket tid/dato).



4) Hvornår er Pakke A den rigtige løsning?

- Når anlægget ligger i eller tæt på et idrætscenter eller en hal med naturlig trafik.
- Når klubben kan få synlighed i centeret gennem reception, café, plakater, skærme eller speaker.
- Når klubben vil arbejde med familier som rekrutteringsspor – ikke kun med erfarne keglere.
- Når klubben har kapacitet til at følge op på leads og bookinger efter eventet.
- Når målet er at gøre 'jeg er her alligevel' til et prøvemoment og derefter til et medlemsforløb.

Pakke A er mindre velegnet, hvis anlægget er helt skjult uden center-synlighed, eller hvis klubben ikke kan levere et klart næste skridt efter eventet. I de tilfælde er Pakke B eller et mere lokalt tilpasset format ofte stærkere.

5) Formatspor i Pakke A

På baggrund af DKeF's feedback videreudvikles Pakke A i denne version omkring to konkrete formater.

Format	Status i denne version	Kort pitch	Varighed	Primær målgruppe	Primært næste skridt
Format 1 – tværforbund/eksternt samarbejdsspor	Ikke videreudviklet	DKeF følger egne initiativer på tværs af andre forbund.	–	–	–
Format 2 – Kegle-Liga Light: Familieedition	Hovedformat	Kickoff + kort forløb, hvor familier spiller på hold, udvikler sig og får en tydelig finale/overgang.	Kickoff 90-120 min + 4-6 x 60 min	Familier, der kan se sig selv komme igen	Tilmelding til forløb -> medlemskab / fast holdtid
Format 3 – Forældre Drop-in	Hovedformat	25-35 min mikroformat, der udnytter ventetid og skal kunne fungere både i idrætshal og – i tilpasset form – skolekældre.	25-35 min pr. slot	Forældre/voksne begyndere, evt. med børnespor	Book introforløb eller voksen/familiehold

5.1 Format 2 – Kegle-Liga Light: Familieedition

Kerneidé: Et kickoff-event samler familier i små hold (fx 2-4 personer), og de inviteres derfra ind i et kort, overskueligt forløb med fast ugentlig tid. Fokus er progression, tilhørsforhold og en afslutning, der gør næste skridt let.

Hvorfor DKeF pegede på formatet: Liga-formatet har potentiale, fordi det ikke kun skaber en sjov aften, men også en vane. Det er derfor det stærkeste format i Pakke A, hvis målet er reel medlemsrekruttering og ikke kun synlighed.

Hvad familieudgaven betyder i praksis:

- Familier spiller på små hold frem for som enkeltpersoner.
- Scoringen belønner forbedring, samarbejde og fremmøde og ikke kun topresultater.
- Børn får roller og ejerskab i holdet, så de ikke kun er med som gæster.
- Finalen er en familiefejring, ikke en hård turneringsfinale.

Minimumsforudsætninger for at vælge formatet:

- Fast banetid samme dag/tid i minimum 4 uger (gerne 6, hvis klubben kan bære det).
- Én ansvarlig person, der kan holde styr på hold, score og opfølgning gennem hele forløbet.
- To konkrete næste niveau-muligheder efter forløbet (fx familiehold eller voksenbegynder).

5.2 Format 3 – Forældre Drop-in (skabelon)

Kerneidé: Et meget kort, enkelt og gentageligt prøvemoment, der bruger hallens ventetid som motor. Det kan stå alene eller fungere som feeder ind i Kegle-Liga Light eller et introforløb.



Hvorfor DKeF pegede på formatet: Forældre Drop-in kan både fungere i idrætshaller og med justeret wayfinding i skolekældre. Derfor er det den mest fleksible skabelon i hele eventpakke-porteføljen.

Skabelonen er stærk, når:

- forældre allerede opholder sig i centeret og har 25-35 minutter til rådighed.
- klubben vil teste efterspørgsel hurtigt uden at binde sig til en stor eventproduktion.
- man vil skabe mange små prøvemomenter frem for ét stort event.

Minimumsforudsætninger for at vælge formatet:

- Tydeligt mødepunkt i centeret eller ved reception/café.
- Mulighed for at køre slots med lav ventetid (fx hvert 30. minut).
- Klar bookingstation og mindst ét konkret introtilbud som næste skridt.

5.3 Anbefalet samspil mellem de to formater

Pakke A er stærkest, når de to formater ikke ses som konkurrenter, men som trin i samme rekrutteringslogik:

- A3 Forældre Drop-in bruges til lav-friktions første kontakt og leadgenerering.
- A2 Kegle-Liga Light bruges til at konvertere de mest interesserede familier til vane og medlemskab.
- Det betyder i praksis, at Drop-in kan fungere som feeder til Ligaen, mens Ligaen er det egentlige medlemsspor.

6) Costumer journey (før / under / efter)

Persona (primær): 1-2 voksne + 1-2 børn (ca. 5-14 år), travl hverdag, vil have en nem og overskuelig aktivitet tæt på andre gøremål i hallen eller centeret.

Pakke A har to kunderejser: Én for den korte, familieorienterede første kontakt (Drop-in), og én for det længere forløb med vane og konvertering (Liga). Nedenfor er begge rejser gjort helt operationelle, så klubberne kan bruge dem i praksis.

Spor 1: Format 3 – Forældre Drop-in

Fase	Mål	Touchpoints	Friktion (pain)	Løsning / designgreb	KPI
1) Opdagelse	At se at der sker noget familievenligt i centeret.	Plakat/reception/café, center-SoMe, lokale FB-grupper.	Det virker uklart eller usynligt.	Kort budskab + 'max 35 min' + tydeligt mødepunkt.	Reach, klik, tilmeldinger / spontane henvendelser.
2) Overvejelse	At vurdere om det er nemt og hurtigt nok.	FAQ, kort video, kommentarspor.	Forældre tror det er besværligt eller tidskrævende.	Kommunikér: 'ingen erfaring', 'kun 25-35 min', 'vi står klar'.	Klik -> tilmelding / beslutning.
3) Ankomst	At finde mødepunkt hurtigt.	Skiltning i centeret + vært ved mødepunkt.	Tvivel om hvor man skal hen.	Mødested i reception/caféområde + vært/runner.	Tid til check-in.
4) Onboarding	At komme i gang på under 5-10 min.	2-min intro + første kast.	For mange regler eller ventetid.	Max 2 regler + makkerformat + hurtig første succes.	Tid til første kast.
5) Core slot	At opleve et sjovt prøvemoment uden ventetid.	1-2 mikroøvelser + kort makkerheat.	Præstationspres eller for lidt spilletid.	Progressionspoint, korte runder og tydelig rotation.	Trivsel (1-5), ventetid (1-5).
6) Konvertering	At booke næste skridt, mens oplevelsen er frisk.	Bookingstation / mobil booking.	'Vi tjekker kalender hjemme'.	Book 2 tider nu (A/B) + bekræftelse med det samme.	% booket på stedet.
7) Opfølgning	At få familien til introgang 1.	T+1, T+3, T+10, T+21.	Glemmer det / mangler commitment.	Kort besked med konkrete tider + venligt nudge.	Show-up intro 1.



Spør 2: Format 2 – Kegle-Liga Light: Familieedition

Fase	Mål	Touchpoints	Friktion (pain)	Løsning / designgreb	KPI
1) Opdagelse	At forstå at det er et forløb – ikke bare en aften.	SoMe, plakater, partnerdeling, 'begrænsede pladser'.	Forpligtelsen kan virke stor.	Frame det som 'kort familieførløb' og ikke som en 'rigtig turnering'.	Leads, tilmeldinger.
2) Kickoff	At få en god første aften og melde sig til forløbet.	Kickoff-event + tilmelding på stedet.	Tilmelding følles besværlig.	On-site tilmelding (QR/papir) + hjælp ved bord.	% tilmeldt forløb.
3) Uge 1-2	At skabe vane og tryghed.	Fast tid 60 min/uge.	Frafald hvis det er for svært eller utydeligt.	Progressionspoint, lavt pres, buddy/velkomst.	Fremmøde uge 2.
4) Uge 3-4	At opbygge social binding og oplevelse af udvikling.	Mini-challenges + scoreboard + synlig forbedring.	Motivation daler.	Fremhæv forbedring, teamwork og stabilt fremmøde fremfor score.	Fremmøde uge 3-4.
5) Finale / overgang	At fejre og tage beslutning om næste niveau.	Finale + præmier + samtale om næste holdtid.	Ingen klar overgang eller næste plan.	2 konkrete holdtider + enkel medlemskabssamtale.	Konvertering til medlemskab.
6) Efter forløbet	At fastholde familierne i de første 2-4 uger efter forløbet.	Buddy, velkomst, T+1 og T+14.	Drop efter forløb.	Kort 2-ugers plan + tydelig kontaktperson.	Retention 2-4 uger.

De 5 vigtigste øjeblikke i Pakke A

- Synlighed i centeret (mødepunkt + skiltning + centerets egne kanaler).
- Første 5-10 minutter: alle skal i gang hurtigt og opleve succes.
- Stram rotation: ventetid dræber især de korte familieformater.
- Et tydeligt peak: mini-finale eller familiefejring, der følles som en oplevelse.
- Booking på stedet: uden et klart næste skridt mister pakken meget af sin værdi.

7) Opsætning og venuekrav i idrætshal/idrætscenter

Pakke A skal være nem for klubberne at kopiere. Derfor er opsætningen bevidst enkel, og den skal kunne etableres med få midler i både store og mindre centerfaciliteter.

Zoner (minimalt, men professionelt):

- Zone 1 – Check-in bord: QR/tilmelding, samtykke, program på A4, navneskilte (valgfrit?).
- Zone 2 – Lounge/tryk base: borde/stole + vand/saft (evt. kaffe).
- Zone 3 – Bookingstation: separat bord med skilt "Book næste gang (1 min)."
- Zone 4 – Baneflow: markér "vent her" og "næste bane" med tape eller små skilte.
- Zone 5 – Center-synlighed: plakater ved indgang, reception, café og evt. skærm eller speaker.

Minimumskrav til venue/center:

- Tydeligt mødepunkt, som en ny familie kan finde uden intern viden.
- Mulighed for skiltning i centeret og helst én synlig person ved mødepunktet i starten.
- Plads til et lille check-in og bookingområde uden at blokere flowet i centeret.
- Adgang til borde/stole og gerne vand eller simpelt serveringspunkt.

Hvis centeret ikke kan tilbyde synlighed, mødepunkt eller basal skiltning, bør Pakke A ikke være førstevalg. I så fald er Pakke B's mere selv bærende friktionsgreb ofte stærkere.



8) Spildesign og familie-oplevelse

Målet i Pakke A er ikke at lære deltagerne rigtig kegleteknik på første dag. Målet er at skabe succes, grin, ejerskab og lyst til at komme igen.

8.1 Loop-bibliotek til Drop-in og engangsafvikling

- Loop A – 2 på stribe: alle skal ramme 2 kegler (hurtig succes).
- Loop B – Progressionspoint: point for forbedring fra første til sidste runde.
- Loop C – Familiepoint: teamwork, fair play og kommunikation giver ekstra point.
- Loop D – Makkerheat: forældre og børn skiftes i korte runder med høj fart.
- Loop E – Børnefinale: et simpelt mål som ram 3 eller tættest på med jubel og lille præmie.

8.2 Spildesign til Kegle-Liga Light

- Scoringen skal kunne forstås uden forkundskab, hold det simpelt og synligt.
- Vægt fremmøde, forbedring og samarbejde højere end ren score i de første uger.
- Lad finaleugen samle trådene: familiehold, fælles foto, mini-præmier og valg af næste skridt.

Tommelfingerregel: Hvis de i klubben er i tvivl om et spilgreb er for kompliceret, er det sandsynligvis for kompliceret til en familiepilot.

9) Roller & bemanning

Pakke A skal kunne køres af små klubber. Derfor er bemanningen holdt enkel, men rollerne skal være tydelige.

Rolle	Primær funktion	Hvad personen konkret gør	Minimum i bemanning
Vært/MC	Flow + tryghed	Velkomst, tidsstyring, energi, mødepunkt, mikrobriefing.	Ja
Coach	Spil og succes	Micro-instruktion, rotation, sikkerhed, hjælper begyndere.	Ja
Onboarding/booking	Konvertering	Check-in, samtykke, booking af tider, bekræftelse.	Ja
Runner	Synlighed i centeret	Står ved indgang/reception i de første 20-30 min.	Valgfri, men anbefalet
Buddy/frivillig hjælper	Tryghed efter event	Modtager familier på introgang 1, følger op.	Anbefalet for A2

Værts-script (30 sek):

“Velkommen! I skal ikke kunne noget på forhånd. Vi spiller korte runder, så alle får prøvet. Det tager 25-90 minutter afhængig af formatet og inden I går, hjælper vi jer med at booke det næste skridt, hvis I vil prøve igen.”

10) Detaljeret kommunikationsplan (6-8 uger)

Pakke A skal bruge centerets egen synlighed meget mere aktivt end Pakke B. I Pakke A er målet ikke at lokke folk ned i en skjult kælder, men at få familier til at se tilbuddet flere gange i et miljø, de allerede bruger.

10.1 Forudsætninger (skal være klar i uge -6)

- 1 kort video (10-15 sek) fra hallen/centeret: vært siger ‘vi hjælper jer i gang – max 90 min’.
- 1 plakat (A4/A3) + 1 QR-plakat til tilmelding (samme designlinje).
- Mødepunkt-tekst: ‘Mød os ved [reception/café/mødepunkt] – vi følger jer hen til banerne’.
- Unikke QR-links pr. kanal (centerplakat, center-SoMe, FB-grupper, partner) for at kunne måle.
- Beslutning om hvilket format der kommunikeres: Drop-in, Liga eller kombination.

10.2 Kanalansvar (rollefordeling)

Kanal	Ejer	Frekvens	Formål
-------	------	----------	--------



Center (reception/café/noticeboards)	Klub + center	Plakater + evt. skærm	Spontan trafik + legitimitet
Center-SoMe/nyhedsbrev	Center	1-2 indslag	Rækkevidde til eksisterende brugere
Lokale forældre-FB grupper	Klub/DKeF	3 posts + 1 reminder	Volumen + social proof
Kommunal eventkalender	Klub/DKeF	1 indsendelse	Gratis reach
Lokale samarbejder (fx café/butik)	Partner + klub	1 opslag + 1 post	Tillid + incitament
Klubbens egne kanaler	Klub	2-3 posts	Aktivere eksisterende netværk/frivillige

10.3 Tidslinje (uge -6 til uge +2)

Uge	Fokus	Output der skal være klar	Beslutningspunkt
-6	Dato/tid låses + formatvalg	Pilotdato, bemanding, banetid, centeraccept	Har vi 2 datoer (evt. gentagelse)?
-5	Produktion	Video, plakater, tilmelding, QR pr. kanal	Skal vi cappe slots?
-4	Bølge 1 (bred)	Post #1 + plakater op + eventkalender	Har vi baseline tilmeldinger?
-3	Bølge 2 (konkret)	Post #2 + praktisk info + center-boost	Skal centeret lave SoMe/nyhed?
-2	Bølge 3 (social proof)	Kort video-post + sidste chance	Er frivilligholdet komplet?
-1	Konverteringsuge	Reminders + mødepunkt + 'max 90 min'	Har vi bookingtider klar?
0	Event	Afvikling + bookingstation + fotos (valgfrit)	Debrief 15 min
+1/+2	Opfølgning	T+1/T+3/T+10/T+21 + introplan	Skal vi gentage?

10.4 Content-liste (producer én gang)

- Plakat A3: 'Familiekegler, max 90 min, mød os ved [mødepunkt]'.
- QR-plakat: tilmelding + 'kom også bare forbi hvis I vil'.
- Kort video (10-15 sek) med vært + baner i baggrunden.
- Mini-FAQ (5 linjer) til kommentarer og partnerdeling.
- 'Hvad sker der første gang?' tekst (5 linjer) til opfølgning.

11) Projekt-tidslinje (-8 uger til +2 uger)

Uge	Milepæl	Output	Beslutningspunkt
-8	Pilotvalg + rammesætning	Valgt center + valgt format (A2/A3 eller kombination)	Er centeret med på synlighed?
-7	Bane-/logistikafklaring	Baneantal, mødepunkt, adgang, toilet/udgang	Har vi runner ved indgang?
-6	Tilmelding + produktion	QR, formular, plakater, video	Skal vi lave slots?
-5	Center-aktivering	Aftale om opslag, skærme, speak (hvis muligt)	Hvilke kanaler ejer centeret?
-4	Bølge 1 + opsætningstest	Plakater op + post #1	Er budskabet tydeligt nok?
-3	Bølge 2 + bookingtider	Post #2 + bookingtider fast	Har vi 2 holdtider (A/B) klar?
-2	Bølge 3 + frivilligplan	Video + vagtplan + scripts	Er roller dækket?
-1	Generalprøve light	Walkthrough + test af flow	Skal vi justere rotation/kapacitet?
0	Event	Afvikling + booking + mini-debrief	Beslutning om gentagelse
+1	Opfølgning	T+1/T+3 + introplan	Har vi behov for ekstra call?



+2	Evaluering	KPI-opsamling + læring	Skaleringsbeslutning
----	------------	------------------------	----------------------

12) Workstreams og ansvar (hvem gør hvad)

Workstream	Ansvar	Hovedopgaver	Done-krav (minimum)
Opsætning & flow	Klub	Zoner, skilte, rotation, tidsstyring	Alle i gang <10 min
Center-synlighed	Center + klub	Plakater, mødepunkt, evt. skærm	Synligt ved indgang/reception
Kommunikation	Klub/DKeF	SoMe, FB-grupper, eventkalender, reminders	3 bølger + T-24/T-2
Booking & opfølgning	Klub	Bookingstation, 2 tider (A/B), T+flow	Min. 1 ansvarlig for booking
Data & GDPR	Klub/DKeF	Samtykke, kanalsporing, opbevaring	Samtykke registreret
Frivillige	Klub	Brief, roller, tone of voice	3 roller dækket
Liga-drift (kun A2)	Klub	Hold, score, ugeflow, finale	Fast kontaktperson udpeget

13) Sikkerhed, tryghed og samtykke (minimumsstandard)

Pakke A foregår i mere synlige miljøer end skolekældre, men det fritager ikke klubben for at skabe tydelige rammer for børn og nye voksne.

13.1 Minimum før event

- Udpeg én ansvarlig for sikkerhed (kan være værten).
- Kend brandudgange/evakueringsvej og vis dem til frivillige.
- Førstehjælpskit: placering kendt + hvem ringer 112 (navngiv).
- Banesikkerhed: tydelig ventelinje, ingen foran kastelinje, coach har stop-autoritet.
- Børn: tydelige rammer for hvor man må gå, vente og opholde sig.

13.2 Foto/video og samtykke

- Skilt ved check-in: 'Vi tager stemningsbilleder – sig til hvis I ikke ønsker at være med'.
- Spørg eksplicit ved check-in om foto/video, og markér tydeligt.
- Brug brede stemningsbilleder som standard; undgå close-ups af børn uden accept.

13.3 Tilgængelighed og tryghed

- Informér om toilet, trapper, pauser og eventuelt støjniveau i eventteksten.
- Placer stole tæt ved banen som tryk base og pauserum.
- Hold værtskommunikation kort, rolig og tydelig.

14) Onboarding-funnel (fra event -> intro -> medlemskab)

Pakke A skal ikke stoppe ved selve eventet. Den er kun stærk, hvis den leder videre til et konkret introspor og derfra til medlemskab.

Funnel i 6 trin:

1. Kontakt: familie eller forælder ser opslag (center, SoMe, partner).
2. Deltagelse: kommer til event / slot / kickoff.
3. Booking: booker næste skridt på stedet (2 tider).
4. Intro 1: møder op til første træning.
5. Intro 2: møder op igen (vane + social binding).
6. Medlemskab: vælger hold og melder sig ind.



Standard opfølgingsflow:

Tid	Kanal	Afsender	Budskab	Mål
T+1	SMS/e-mail	Klub	Tak + 1 billede + bookinglink + 'hvad sker der første gang?'	Få booket dem der ikke bookede
T+3	SMS	Klub	Reminder med 2-3 konkrete tider (A/B)	Konvertering
T+10	SMS/telefon	Klubkontakt	Venlig personlig besked: 'skal vi finde en tid?'	Redde tøvende leads
T+21	SMS/e-mail	Klub	Sidste blide reminder + næste eventdato	Afslutte funnel / få dem i næste runde

Bookingstation, minimumskrav:

- To konkrete tider (A/B) som standardvalg – ikke 'kontakt os senere'.
- Én person som kun laver booking (ikke samtidig coach).
- Bekræftelse sendes med det samme (SMS/mail eller papir).

15) Run-of-show og generalprøve light

15.1 Run-of-show – 90 min (A1/A3-lignende standard)

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Noter
-30	Mødepunkt, wayfinding og bordopsætning	Klub + friv.	Test rute, sæt skilte op
-10	Frivilligbrief (10 min)	Vært	Mål: alle i gang hurtigt + book næste skridt
00:00-00:10	Velkomst ved check-in + 2 regler + fordel hold/baner	Vært	Hold det kort
00:10-00:25	Loop 1 / makkerheat	Coach	Hurtig succes
00:25-00:40	Loop 2 / progression	Coach	Tydlig rotation
00:40-00:55	Loop 3 / familiepoint	Coach	Høj aktivitet
00:55-01:05	Mini-finale + fejring	Vært	Fejr forbedring
01:05-01:20	Bookingstation + introplan	Booking	Book 2 tider
01:20-01:30	Exit + oprydning light + mini-debrief	Alle	3 linjer læring

15.2 Generalprøve light (uge -1)

- Walkthrough fra centerindgang til baner (mødepunkt, skiltning, ventetid).
- Test rotation med 6-8 personer i 10 min.
- Test bookingflow (QR + bekræftelse).
- Justér skiltning og 'første 10 min'.

15.2 Run-of-show – 120 min kickoff til Kegle-Liga Light

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Noter
-30	Opsætning + scoreark + holdoversigt	Klub + friv.	Forbered holdnavne og velkomstområde
-10	Frivilligbrief	Vært	Enighed om tone, regler og tilmelding på stedet
00:00-00:10	Velkomst + familiehold præsenteres	Vært	Skab ro og energi fra start
00:10-00:30	Runde 1 – hurtige succeser	Coach	Gør scoringen enkel



00:30-00:45	Runde 2 – makker/familiepoint	Coach	Fremhæv samarbejde
00:45-01:00	Pause + on-site tilmelding til forløb	Booking	Brug pausen aktivt til spørgsmål
01:00-01:20	Runde 3 – mini-liga	Coach	Byg følelsen af forløb og progression
01:20-01:35	Mini-finale + fælles markering	Vært	Gør afslutningen synlig og sjov
01:35-01:50	Tilmelding / booking af uge 1	Booking	Alle interesserede skal have en konkret tid
01:50-02:00	Afslutning + 3 linjer læring	Alle	Hvad skal justeres før uge 1?

15.3 Generalprøve light – særligt for A2

- Test at et familiehold kan forstå scoring og progression uden forklaring på mere end 1-2 minutter.
- Test at tilmelding til forløbet kan ske på stedet uden kø og forvirring.

Test at klubben har en enkel plan for uge 1, så kickoff ikke bliver

16) Budget (skabelon + niveauer)

Budgetpost	Low	Medium	High	Kommentar
Print & skiltning	150-300 kr	300-600 kr	600-1.200 kr	A3/A4 + tape/laminering
Forplejning (vand/soft)	100-250 kr	250-500 kr	500-1.000 kr	Afhænger af deltagerantal
Præmier/diplomer	100-200 kr	200-500 kr	500-1.000 kr	Fokus på mest forbedring
Betalt SoMe	0 kr	500-1.500 kr	1.500-3.000 kr	Hvis lokal rækkevidde skal boostes
Partner-tiltag (valgfrít)	0-200 kr	200-600 kr	600-1.500 kr	Fx café-deal/voucher
Diverse	100-200 kr	200-500 kr	500-1.000 kr	Tape, tusser, print, klude

Bemærk: Pakke A kan ofte køres forholdsvis billigt, hvis centerets egne kanaler og lokalt værtskab bruges aktivt. De største udgifter opstår typisk, når der købes annonce-rækkevidde eller laves ekstra partner/voucher-aktiviteter.

17) KPI'er og måling

- Fremmøde pr. event (familier + voksne): tilmeldte vs. fremmødte.
- Andel der booker næste skridt på stedet (%).
- Show-up rate til introgang 1.
- Konvertering til medlemskab efter 4-6 uger (særligt A2).
- Kanalperformance via unikke QR-links: hvor kommer folk fra?
- Gæste-tilfredshed: 1 spørgsmål (NPS-light) + frivillig-feedback (1 minut).
- Lokalt benchmark: Fredericia-piloten kan bruges som foreløbigt sammenligningspunkt for lead -> booking og annonceforbrug.

18) Tjeklister

18.1 Tjekliste – før (senest T-7)

- Dato/tid + baner bekræftet; mødepunkt i centeret bekræftet.
- Vagtplan: vært, coach, booking (runner valgfrít).
- Plakater hængt op (indgang/reception/café).
- Tilmelding/QR testet på mobil.
- 2 intro-tider (A/B) klar i kalenderen.



Centeret ved hvem der er kontaktperson på dagen.

18.2 Tjekliste – dag-of

- Zoner sat op (check-in, lounge, booking, baneflow).
- Skiltning fra centerindgang til baner på plads.
- Brief 10 min: roller, scripts, stop-autoritet, tone of voice.
- Bookingstation klar (2 tider, bekræftelse).
- Mini-debrief planlagt (10-15 min).

18.3 Tjekliste – efter (T+1)

- Send T+1 besked til alle med samtykke.
- Notér KPI'er: fremmøde, bookinger, kanaler.
- Log læring: hvad skabte friktion? hvad virkede?
- Planlæg gentagelse eller næste introhold (hvis relevant).

Bilag A – Skabeloner (copy/paste)

A1) FB-post (kort)

“Familiekegler i [IDRÆTSCENTER NAVN]! 🎳

Kom og prøv kegler sammen – ingen erfaring nødvendig. Det tager max 90 min.

📍 Mød os ved: [reception/café/mødepunkt]

🕒 [tid]

Tilmeld gratis her: [link/QR]

Vi står klar og viser jer hen til banerne.”

A2) Center-tekst (reception/café/nyhedsbrev)

“Næste [dato] inviterer vi til gratis familiekegler (max 90 min). Mød os ved [mødepunkt], så følger vi jer hen. Del gerne i jeres kanaler – vi kan reservere [10-20] pladser.”

A3) Reminder til tilmeldte (SMS)

“Glæder os til at se jer i dag 🎳 Det varer max 90 min.

Mød os ved: [mødepunkt].

Hvis I er i tvivl om hvor I skal hen: Ring/SMS [nummer].”

A4) ‘Book næste gang’-replik

“Hvis I havde det sjovt: jeg kan booke jer ind på to tider med det samme – det tager 1 minut. Så er I sikret plads og ved præcis hvad der sker første gang.”

Bilag B – Center- og partner-outreach

B1) Mini-script til centerledelse (telefon/mail)

“Hej [navn]. Vi afvikler et kort familieevent i kegleklubben (max 90 min). For at lykkes har vi brug for synlighed i centeret: 1) plakat ved reception/café, 2) et tydeligt mødepunkt og 3) gerne et indslag i jeres nyhedsbrev/SoMe. Til gengæld bringer vi aktivitet til huset og kan dele jeres café/reception i vores opslag. Kan vi aftale dette?”

B2) Mini-script til nabohold i centeret

“Hej! Vi kører familiekegler [dato/tid] (max 90 min). Hvis nogle af jeres forældre har 25-35 min mens de venter, er de velkomne til et kort Drop-in slot. Vi har en vært ved [mødepunkt]. Del gerne vores QR i jeres gruppe.”



B3) Mini-script til lokal café/butik

“Hej [navn]. Vi laver et kort familieevent i kegleklubben i [center/ navn]. Kan vi lave en lille partneraftale, hvor I deler opslaget, og vi nævner jer som lokalt samarbejde? Det kan fx være en lille børnedrik/voucher eller bare synlighed i materialet.”

Bilag C – Budgetark / evalueringsark

Udfyld pr. pilot:

- Dato/klub/center: _____
- Valgt format: A2 / A3 / kombination
- Forventet deltagerantal: _____
- Valgt budgetniveau: low / medium / high
- Annoncebudget: _____
- Partnerdeal / centerbidrag: _____
- Fremmøde: _____
- % booket på stedet: _____
- Show-up intro 1: _____
- Tre vigtigste læringer: _____

Bilag D – Forældre Drop-in skabelon (kan bruges i idrætshal og i tilpasset form i skolekælder)

Dette bilag er medtaget for at gøre Format 3 helt operationelt. Skabelonen kan bruges direkte i idrætshal/idrætscenter og med mindre justeringer også i skolekælder. Pointen er, at kernen i formatet er den samme: kort varighed, lav friktion, hurtigt i gang og booking af næste skridt på stedet.

D1) Hvad er formålet med Forældre Drop-in?

- At udnytte ventetid eller ‘død tid’ hos forældre og voksne, der allerede er i nærheden.
- At skabe et prøvemoment, der er så kort og let, at det føles realistisk at sige ja på stedet.
- At fungere som feeder til introhold, familieførøb eller Kegle-Liga Light.
- At give klubben et format, der kan gentages ofte uden stor produktion.

D2) Standard-skabelon – 30 minutters slot

Tid	Indhold	Formål	Ansvarlig
0-3 min	Velkomst + 2 regler + hvem er vi	Skabe tryghed og fjerne tvivl	Vært
3-10 min	Første korte makkerøvelse	Få alle i gang hurtigt	Coach
10-18 min	Progressionsrunde / familiepoint	Skabe grin og succes	Coach
18-23 min	Lille afslutningschallenge	Give oplevelsen et peak	Vært + coach
23-30 min	Bookingstation + forklaring af næste skridt	Konvertering	Bookingansvarlig

D3) Tilpasning: idrætshal vs. skolekælder

Element	Idrætshal / idrætscenter	Skolekælder (tilpasset form)
Primær rekrutteringsmotor	Centerets egen trafik, ventetid, reception/café, lokale hold.	Lokal partnerdeling, wayfinding og tydelig værtsmodtagelse.
Mødepunkt	Reception, café, foyer, tydeligt spot i hallen.	‘Mød os her’-punkt udenfor eller ved skolens indgang.
Friktion der skal løses	Usynlighed i centerets mange tilbud; lav opmærksomhed.	Usikkerhed om adgang, døre, trapper og ‘må vi gå ind her?’



Vigtigt designgreb	Runner ved mødepunkt + plakater i centeret.	Indgangsfoto + pile + vært ved korrekt dør/trappe.
Tone of voice	'Kom forbi mens I alligevel er her'.	'Vi viser jer hele vejen ind – det er nemt og kort'.
Næste skridt	Introforløb, familiehold eller Liga.	Introforløb eller familiehold; evt. senere kobling til Liga.

D4) Hvilke klubber kan bruge skabelonen først?

Som tommefingerregel kan klubber med idrætscenterplacering bruge skabelonen mest direkte, mens klubber i skolekældre skal prioritere wayfinding og tryghed højere. I begge tilfælde gælder dog, at formatet kun virker, hvis næste skridt er klar og kan bookes med det samme.

D5) Mini-script til frivillige ved Forældre Drop-in

- Vært: 'Det tager kun en halv time, og I behøver ikke kunne noget på forhånd.'
- Coach: 'Vi starter helt enkelt – målet er bare at I får prøvet og har det sjovt.'
- Booking: 'Hvis det gav mening, kan jeg booke jer ind på to tider med det samme – så er det nemt at komme igen.'
- en 'slutning' men en reel start.