



Eventpakke B – Skolekælder

Dato: 24.02.2026

Mål: At sænke friktionen for førstegangsbesøg på “gemt væk”-keglebaner i skolekælder og få lokale familier og voksne ned på banerne gennem et kort, guidet eventformat med tydelig wayfinding og værtskab.

Baggrund: Skolekælder-anlæg har lav synlighed og svær adgang; pakken er designet som en standardiseret, skalerbar model, der kan afvikles uden afhængighed af skole/SFO-samarbejder og kan styrkes med lokale partnere.

Publikumsløfte: En nem, tryk og sjov introduktion til kegler, hvor alle kommer i gang hurtigt, og hvor deltagerne går hjem med et klart næste skridt til at komme igen.

Indholdsfortegnelse

1) Kort overblik	3
2) Fokuslokationer (skolekælder)	3
3) Målgruppe & løfte (familietema)	5
4) Tidspunkt – anbefalinger (afhænger af banetilgængelighed)	6
5) Kerneformat: ‘Skjult Keglebane – Guided Family Drop-in’ (75–90 min)	6
5.1 Kapacitet og flow (loops)	6
5.2 Programskitse (eksempel)	6
6) Gæsterejse (før / under / efter)	6
Persona og scenarie	6
Journey map (ende-til-ende)	6
1) Opdagelse.....	7
2) Overvejelse	7
3) Tilmelding (eller “vi dukker bare op”)	7
4) Pre-visit (dagen før / 2 timer før).....	7
5) Ankomst til området.....	7
6) “Ned i kælderen” (kritisk moment).....	8
7) Check-in og tryk base	8
8) Onboarding (2-min intro).....	8
9) Spil-loops (core)	8
10) Mini-finale og “fejring”	9
11) Bookingstation (konvertering).....	9



12) Exit (sidste indtryk).....	9
13) Opfølgning (T+1 / T+3 / T+10 / T+21).....	9
14) Introgang 1 (første rigtige træning).....	9
15) Introgang 2 (vane og social binding)	10
De 5 vigtigste	10
7) Opsætning (udnyt borde/stole i klubben)	10
8) Spildedesign (familie-anker + lav barriere).....	10
9) Roller & bemanding.....	11
10) Detaljeret kommunikationsplan (6 uger).....	11
10.1 Forudsætninger (skal være klar i uge -6).....	11
10.2 Kanalansvar (rollefordeling)	11
10.3 Tidslinje (uge -6 til uge +2).....	12
10.4 Content-liste (producer én gang)	12
11) Projekt-tidslinje (-8 uger til +2 uger)	12
12) Workstreams og ansvar (hvem gør hvad)	13
13) Sikkerhed, tryghed og samtykke (minimumsstandard).....	14
13.1 Minimum før event (tjekliste)	14
13.2 Foto/video og samtykke (praktisk model)	14
13.3 Tilgængelighed og tryghed (lav friktion)	14
14) Onboarding-funnel (fra event → intro → medlemskab)	14
14.1 Funnel i 6 trin	14
14.2 Standard opfølgingsflow (udvidet)	15
14.3 Bookingstation - minimumskrav	15
15) Run-of-show (minutplan) og 'generalprøve light'.....	15
15.1 Run-of-show - 90 min (standard)	15
15.2 Generalprøve light (anbefalet i uge -1)	16
16) Budget (skabelon + niveauer).....	16
17) Modul: PizzaQuest / Stjerneløb der slutter i kegleklubben	17
17.1 Koncept (kort).....	17
17.2 Run of show (120 min total - eksempel)	17
17.3 Poster (eksempler - lav kompleksitet)	17



17.4 Voucher-modeller (vælg én)	18
17.5 Partneraftale (mini-skabelon)	18
18) Serie-scenarie: Event → 6-ugers familie-intro (vane + medlemskab)	18
18.1 Struktur	18
18.2 Ugeplan (gentagelig)	18
19) KPI'er og måling.....	18
20) Tjeklister.....	19
20.1 Tjekliste - før (senest T-7).....	19
20.2 Tjekliste - dag-of	19
20.3 Tjekliste - efter (T+1).....	19
Bilag A – Skabeloner (copy/paste)	19
A1) FB-post (kort).....	19
A2) Partner-tekst (boligforening/beboerhus/pizzeria)	19
A3) Reminder til tilmeldte (SMS)	19
A4) 'Book næste gang'-replik.....	20
Bilag B – Partner-outreach (mini-script).....	20
Bilag C – Budgetark (udfyld pr. pilot)	20
Bilag D – PizzaQuest Skabelon (Udgangspunkt I klubben I Odense)	20

1) Kort overblik

- Kernegreb: Friktionsdrab (find indgangen + tryghed + tidsløfte) + kort spilformat + 'book næste skridt før de går'.
- Standardformat: 75–90 min, 3–4 spil-loops á 15–18 min + mini-finale + bookingstation.
- Rekrutteringsmotor: kvarterkanaler og lokale samarbejder (boligforening/beboerhus, bibliotek/kulturhus, lokale butikker/pizzeria, forældregrupper) + gentagelse (2–3 events) fremfor one-off.
- Kerneprincip: Hellere færre deltagere med stærk oplevelse + booking end 'fyldt hus' uden konvertering.
- Beslutningspunkt: Tidspunkt og kapacitet afhænger af banetilgængelighed.

2) Fokuslokationer (skolekældre)

Udgangspunkt (fra jeres oversigt):



- Helsingør Kegle Center (Helsingør Skole)
- Haslev Kegle Center (Haslev Skole)
- Køge Kegle Center (Køge Skole)
- Nyborg Kegle Center (Skovparken Skole)
- Odense Kegle Center (kælder på skole)

Bemærk: Pakken kan tilpasses andre 'gemt væk'-baner, men er designet til skolekældre (skjult adgang + lav spontan-trafik).

2.1 Fokusklubber i målgruppen

Note: Tabellen nedenfor er baseret på den klub-/medlemsoversigt I har delt.

Fokuslokation	By	Klub	Kommentarer	2024
Haslev Kegle Center (Haslev Skole)	Haslev	H.P.K.	Pensionister	9
Haslev Kegle Center (Haslev Skole)	Haslev	Haslev	incl ungdom	25
Helsingør Kegle Center (Helsingør Skole)	Helsingør	H.C.K. - Classic		8
Helsingør Kegle Center (Helsingør Skole)	Helsingør	HKK		11
Helsingør Kegle Center (Helsingør Skole)	Helsingør	Helsingør Pensionist	Pensionister	72
Køge Kegle Center (Køge Skole)	Køge	K.P.K.	Pensionister	32
Nyborg Kegle Center (Skovparken Skole)	Nyborg	N.K.		36
Nyborg Kegle Center (Skovparken Skole)	Nyborg	N.K.O.		29
Nyborg Kegle Center (Skovparken Skole)	Nyborg	N.K.U.	Ungdomsklub	4
Nyborg Kegle Center	Nyborg	S.K.K.		37



(Skovparken Skole)				
Nyborg Kegel Center (Skovparken Skole)	Nyborg	Storebælt	Pensionister	32
Odense Kegel Center (kælder på skole)	Odense	Alle 9		12
Odense Kegel Center (kælder på skole)	Odense	DK 86		
Odense Kegel Center (kælder på skole)	Odense	KB 44		12
Odense Kegel Center (kælder på skole)	Odense	O.K.		33
Odense Kegel Center (kælder på skole)	Odense	O.P.K.	Pensionister	38
Odense Kegel Center (kælder på skole)	Odense	O.U.K. 76	Ungdomsklub	9
Odense Kegel Center (kælder på skole)	Odense	S.F.K.	Pensionister	16
Odense Kegel Center (kælder på skole)	Odense	SK 79		9

3) Målgruppe & løfte

Primær målgruppe:

- Lokale børnefamilier (ca. 8–16 år) der ønsker en kort, indendørs aktivitet.
- Forældre/voksne begyndere, som kan lokkes via 'lav friktion' og korte slots.

Eventløfte (skal stå i al kommunikation):

- Ingen erfaring nødvendig – vi guider jer hele vejen.
- Max 90 minutter – og vi viser jer præcis hvor I skal gå ind.
- Børn og voksne får succesoplevelser (alle spiller).
- I går hjem med et konkret næste skridt (booket tid/dato).



4) Tidspunkt – anbefalinger (afhænger af banetilgængelighed)

Anbefalet 'familievenligt' tidspunkt (rangering):

- A) Weekend 10:30–12:00 (typisk bedst for børnefamilier).
- B) Weekend 14:30–16:00 (godt for dem der ikke vil af sted om morgenen).
- C) Hverdag 17:00–18:30 (Alternativ til weekend men svær konvertering).

Beslutningsnote: Hvis I kun kan få én dato, prioriter det tidspunkt hvor klubben kan stille flest værter (tryghed + flow slår 'perfekt' klokkeslæt).

5) Kerneformat: 'Skjult Keglebane – Guided Family Drop-in' (75–90 min)

Formatets styrke: Kan køre som enkeltstående event eller som skabelon til 2–3 gentagelser (samme ugedag) for at bygge vane.

5.1 Kapacitet og flow (loops)

- 3–4 loops á 15–18 min (rotation) – alle spiller hurtigt.
- Ved stor efterspørgsel: 'rolling start' hvert 15. minut + cap pr. slot.
- Tommelfinger: hellere færre deltagere med stærk oplevelse + booking end 'fyldt hus' uden konvertering.

5.2 Programskitse (eksempel)

- 00:00–00:10 Velkomst ved bord + 2 regler + tryghedsinfo (toilet/udgang).
- 00:10–01:00 Loops: 3 rotationer (15–17 min).
- 01:00–01:15 Mini-finale + diplomer/klistermærker.
- 01:15–01:30 Bookingstation: book 2 tider + kort 'hvad sker der første gang'.

6) Gæsterejse (før / under / efter)

Persona og scenarie

Persona (primær): 1–2 voksne + 1–2 børn (ca. 8–16 år), travl hverdag, vil have "nem og kort" aktivitet.

Scenarie: "Skjult Keglebane – Guided Family Drop-in" i skolekælder (evt. med PizzaQuest som add-on).

Journey map (ende-til-ende)

Se vedhæftede Excel eller læs punkt for punkt herunder:



1) Opdagelse

- **Mål:** Familien opdager at “der sker noget” i lokalområdet.
- **Oplevelse:** “Spændende... men hvor er det? Er det bøvlet?”
- **Touchpoints:** FB-forældregrupper, opslag (pizzeria/bibliotek), boligforening/beboerhus, plakat.
- **Friktion:** Skolekælder lyder skjult/ukendt; lav tillid.
- **Løsning:** 1 hero-billede “HER GÅR DU IND” + “max 90 min” + “vi står klar og viser jer ind”.
- **Backstage:** Kanalansvar + partnerdeling aftalt.
- **KPI:** Reach → klikrate / antal tilmeldinger pr. kanal.

2) Overvejelse

- **Mål:** Familien beslutter “ja/nej”.
- **Oplevelse:** “Kan vi parkere? Er børnene velkomne? Er det kedeligt?”
- **Touchpoints:** Eventtekst, billeder/video, FAQ.
- **Friktion:** Usikkerhed om alder, pris, tidsforbrug, toilet, støj/tryghed.
- **Løsning:** Mini-FAQ (5 linjer): alder, varighed, parkering, toilet, “ingen erfaring”.
- **Backstage:** Standardtekst (copy/paste) + kort video (10–15 sek) med vært.
- **KPI:** Klik → tilmelding (konvertering).

3) Tilmelding (eller “vi dukker bare op”)

- **Mål:** Få commitment.
- **Oplevelse:** “Nem tilmelding = jeg gør det nu.”
- **Touchpoints:** QR/formular, auto-bekræftelse.
- **Friktion:** For mange felter → drop.
- **Løsning:** Minimum: navn + mobil/mail + samtykke + “hvor hørte du om os?”.
- **Backstage:** Unikke QR-links pr. kanal (måling).
- **KPI:** Tilmeldte → fremmøde (%).

4) Pre-visit (dagen før / 2 timer før)

- **Mål:** Ingen no-shows pga. logistik.
- **Oplevelse:** “Okay, vi kan finde det.”
- **Touchpoints:** Reminder SMS/mail med billede + nummer.
- **Friktion:** “Vi kan ikke finde indgangen” → no-show.
- **Løsning:** Reminder med: foto + “ring/SMS hvis I farer vild”.
- **Backstage:** Send T-24 / T-2 timer (simpelt).
- **KPI:** No-show rate.

5) Ankomst til området

- **Mål:** Familien føler sig guidet.
- **Oplevelse:** “Er vi det rigtige sted?”
- **Touchpoints:** Pileplakater, evt. “mød os her”-punkt.



- **Friktion:** Skoleområde = flere døre/indgange.
- **Løsning:** 2–4 pile fra parkering + én “STÅ HER”-plakat ved korrekt dør.
- **Backstage:** Test rute (generalprøve light).
- **KPI:** Antal der ringer/SMS'er for hjælp (skal ned).

6) “Ned i kælderen” (kritisk moment)

- **Mål:** Overgang fra tvivl → “vi er fremme!”
- **Oplevelse:** “Ah, nu giver det mening.”
- **Touchpoints:** Dørvært/velkomstpersion, lys, skilt ved trappen.
- **Friktion:** Trappe, mørkt, føles privat/forbudt.
- **Løsning:** Vært ved dør + tydelig velkomst + “I er det rigtige sted”.
- **Backstage:** Værtrolle tydeligt defineret (vest/navneskilt).
- **KPI:** Drop-off ved ankomst (folk vender om) = 0.

7) Check-in og tryk base

- **Mål:** Hurtigt i gang + forældre føler kontrol.
- **Oplevelse:** “Fedt, der er styr på det.”
- **Touchpoints:** Check-in bord + borde/stole (lounge).
- **Friktion:** Kaos → børn løber, forældre stress.
- **Løsning:** Zoner: check-in / lounge / bane-flow / bookingbord.
- **Backstage:** Klargjort før start (-30 min) + 10 min frivilligbrief.
- **KPI:** Tid fra ankomst → første kast (mål: <10 min).

8) Onboarding (2-min intro)

- **Mål:** Alle forstår regler og føler sig “dygtige”.
- **Oplevelse:** “Det her kan vi godt.”
- **Touchpoints:** Værtens 30-sek pitch + coachens micro-instruktion.
- **Friktion:** For mange regler → tab af energi.
- **Løsning:** Max 2 regler ad gangen + fokus på succes (ikke teknik).
- **Backstage:** Script + coach “stop-autoritet”.
- **KPI:** Andel der kommer i gang uden hjælp (men ikke alene).

9) Spil-loops (core)

- **Mål:** Succesoplevelser + flow.
- **Oplevelse:** “Børnene har det sjovt — og jeg kan også.”
- **Touchpoints:** 3–4 loops á 15–18 min, rotation.
- **Friktion:** Ventetid, uretfærdig turfordeling, “jeg er dårlig”.
- **Løsning:** Loop-design med forbedring/teamwork-point; rolling starts hvis mange.
- **Backstage:** Coach styrer rotation stramt.
- **KPI:** Oplevet ventetid (1–5) + trivsel (1–5).



10) Mini-finale og "fejring"

- **Mål:** Afslutningspeak (mindeværdigt).
- **Oplevelse:** "Det var faktisk en rigtig oplevelse."
- **Touchpoints:** Diplom/klistermærke, lille finale.
- **Friktion:** Hvis finalen føles "for seriøs".
- **Løsning:** Fejr forbedring/indsats, ikke top-score.
- **Backstage:** Præmier klar + 2 minutters ceremoni.
- **KPI:** Satisfaction / NPS-light ("vil du anbefale?").

11) Bookingstation (konvertering)

- **Mål:** Book næste skridt, mens motivationen er høj.
- **Oplevelse:** "Det er nemt at komme igen."
- **Touchpoints:** "Book næste gang (2 min)" bord.
- **Friktion:** "Vi skal lige hjem og se kalender."
- **Løsning:** To konkrete tider (A/B) + "book 2 tider nu" + lav friktion.
- **Backstage:** Klar liste over intro-tider + person dedikeret til booking.
- **KPI:** Andel der booker på stedet (%).

12) Exit (sidste indtryk)

- **Mål:** Folk går ud med ro og klarhed.
- **Oplevelse:** "Vi ved hvad næste gang er."
- **Touchpoints:** Farvel ved dør, kort info på hånden.
- **Friktion:** Forvirring om næste gang.
- **Løsning:** 1-linje reminder + evt. voucher i hånden.
- **Backstage:** Tjek at alle bookede får bekræftelse.
- **KPI:** "Next step clarity" (1-5).

13) Opfølgning (T+1 / T+3 / T+10 / T+21)

- **Mål:** Redde dem der ikke bookede + reducere frafald.
- **Oplevelse:** "De virker rare, ikke pushy."
- **Touchpoints:** SMS/mail/telefon (skånsomt).
- **Friktion:** For meget salg → modstand.
- **Løsning:** Omsorgs-tone + konkrete tider + "vi hjælper jer ind igen".
- **Backstage:** Skabeloner + ansvar for opkald.
- **KPI:** Bookings efter event + show-up til introgang 1.

14) Introgang 1 (første rigtige træning)

- **Mål:** Tryk opstart + tilhørsforhold.
- **Oplevelse:** "Vi bliver genkendt."
- **Touchpoints:** Buddy/mentor (valgfrit), velkomst, samme struktur.
- **Friktion:** Hvis de føler sig "udenfor".
- **Løsning:** Navn på liste + buddy-check-in (2 min).



- **Backstage:** Mentorplan + simple roller.
- **KPI:** Fremmøde intro 1.

15) Introgang 2 (vane og social binding)

- **Mål:** Skabe vane og beslutning om medlemskab.
- **Oplevelse:** "Det er vores ting nu."
- **Touchpoints:** Progression + lille social pause.
- **Friktion:** "Det bliver for forpligtende."
- **Løsning:** Framing: "kom når I kan" i introperioden, før medlemskab.
- **Backstage:** Overgang til fast holdtid.
- **KPI:** Fastholdelse (1→2) + medlemskabsdialog.

De 5 vigtigste

1. **Find indgangen** (wayfinding + vært)
2. **Første 10 minutter** (hurtigt i gang)
3. **Ventetid/flow** (rotation)
4. **Mini-finale** (emotionelt peak)
5. **Booking på stedet** (konvertering)

7) Opsætning

Udnyt borde/stole i klubben.

Zoner (minimalt men professionelt):

- Zone 1 – Check-in & info-bord: QR, program A4, navne/tilmelding.
- Zone 2 – Lounge/tryk base: borde/stole (kaffe/saft/vand).
- Zone 3 – Bookingstation: separat bord med skilt 'Book næste gang (2 min)'.
• Zone 4 – Baneflow: 'vent her'/'næste bane' muligvis markeres med tape/skilte.

Wayfinding-kit (lavt budget):

- A3/A2 pile-plakater fra parkering/sti (lamineret hvis muligt).
- 'Her går du ind'-foto ved check-in bordet (print).
- Backup: telefonnummer på plakaten: "Kan du ikke finde ind? Ring/SMS."

8) Spildesign (familie-anker + lav barriere)

Loop-forslag (vælg 3):

- Loop A – '2 på striben': alle skal ramme 2 kegler (hurtig succes).
- Loop B – 'Familiepoint': point for forbedring + teamwork + gennemført runde.
- Loop C – 'Makkerheat': forældre spiller 2 korte runder (bonus til førstegang).
- Loop D – 'Børnefinale': 'tættest på' eller 'ram 3' med jubel/diplom.



9) Roller & bemanning

- Vært (flow/tryghed): velkomst, tidsstyring, hjælper folk med at finde ind/ud.
- Coach (baner): micro-instruktion, sikrer at alle spiller hurtigt.
- Onboarding/booking: check-in, samtykke, booker 2 tider, forklarer 'første gang'.

Værts-script (30 sek):

“Velkommen! I skal ikke kunne noget på forhånd. Vi spiller korte runder, så alle får prøvet. Det varer max 90 minutter – og inden I går, hjælper vi jer med at booke to tider, hvis I vil prøve igen.”

10) Detaljeret kommunikationsplan (6 uger)

Mål: minimere friktion og øge gentagen eksponering. Skolekældre kræver typisk flere berøringer end synlige venues.

10.1 Forudsætninger (skal være klar i uge -6)

- 1 foto + 1 kort video (10–15 sek): 'her går du ind' + 'vi viser jer ind'.
- Gratis tilmelding (QR) + simple felter (navn, kontakt, samtykke, kanal).
- Unikke QR-links pr. kanal/partner (så I kan måle).
- Liste over 5–8 distributionspartnere (min. 3 skal være 'ja').

10.2 Kanalansvar (rollefordeling)

Kanal	Ejer	Frekvens	Formål
Forældre-FB grupper	Klub/DKeF	3 posts + 1 reminder	Volumen + social proof
Boligforening/beboerhus	Partner + klub	2 udsendelser	Tillid + lokalt ejerskab
Bibliotek/kulturhus	Partner	1 kalender + 1 opslag	Familiepublikum + legitimitet
Pizzeria/butik	Partner	1 opslag + 2 SoMe posts	Mødested/oplevelse + incitament
Kommunal eventkalender	Klub/DKeF	1 indsendelse	Gratis reach
Plakater (lokalt)	Klub	Opsæt + tjek	Fysisk synlighed



10.3 Tidslinje (uge -6 til uge +2)

Se også afsnit 11 for samlet projekt-tidslinje med milepæle og ansvar.

- Uge -6: dato/tid låses; hero-foto/video; tilmelding + QR; partner-outreach.
- Uge -5: partneraktivering (boligforening, bibliotek, pizzeria).
- Uge -4: 1. bølge (bred).
- Uge -3: 2. bølge (konkret) + partner-udsendelse #1.
- Uge -2: 3. bølge (video/social proof) + partner-udsendelse #2.
- Uge -1: konverteringsuge (reminders, praktisk info).
- Uge 0: event (foto til næste runde + booking på stedet).
- Uge +1/+2: opfølgning (T+1/T+3/T+10/T+21).

10.4 Content-liste (producer én gang)

- Hero-billede: 'Her går du ind' (klart og lyst).
- Kort video: vært siger 'vi viser jer ind – det tager max 90 min'.
- 1 plakat (A4/A3) + 1 QR-plakat til tilmelding.
- 1 'hvad sker der første gang?' tekst (5 linjer) til opfølgning.
- 1 partnertekst (copy/paste) + 1 sms-reminder tekst.

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

Formål: gøre pakken lige så eksekverbar som en 'projektplan' – med klare milepæle og beslutningspunkter.

Uge	Milepæl	Output der skal være klar	Beslutningspunkt
-8	Pilotvalg + rammesætning	Valgt klub + format (standard/PizzaQuest/serie)	Har vi 2 datoer? (event + gentagelse)
-7	Bane- /adgangsafklaring	Dato/tid + adgang + nøgleansvar + toilet/udgang	Er 'dørvært' mulig? Hvis nej → telefon-backup
-6	Produktion + tilmelding	'Her går du ind'-foto + 10–15 sek video + tilmelding + QR pr. kanal	Skal vi cappe slots?
-5	Partneraftaler	Min. 3 'ja'-partnere + aftalte udsendelser	PizzaQuest ja/nej + voucher-model
-4	Bølge 1 + fysisk synlighed	Post #1 + plakater op + eventkalender indsendt	Har vi nok tilmeldinger til cap/slots?



-3	Bølge 2 + praktisk info	Post #2 + 'sådan finder du os' + partner-udsendelse #1	Skal vi aktivere ekstra kanaler?
-2	Bølge 3 + social proof	Video-post + partner-udsendelse #2	Er frivilligholdet komplet?
-1	Finalisering + generalprøve light	Run-of-show + brief + test af rute/flow	Skal vi ændre cap/slots?
0	Eventafvikling	Fotos + deltagerdata + booking på stedet	Skal vi annoncere næste dato live?
+1	Opfølgning + læring	T+1/T+3 udsendt + kanaldata udtrukket	Justér til gentagelse #2
+2	Gentagelse/overgang	Gentagelse #2 eller introhold starter	Skal vi sætte 6-ugers serie i gang?

12) Workstreams og ansvar (hvem gør hvad)

Brug tabellen som ansvarsmatrix pr. pilot. Udfyld navne lokalt.

Workstream	Primær ansvarlig	Støtte	Nøgleopgaver	Deadline (relativ)
Venue/adgang	Klub	DKeF	Dato/tid, nøgleansvar, toilet/udgang, 'dørvært'/telefon	-7 til -6
Wayfinding	Klub	Frivillige	Pile, print af 'her går du ind', test rute	-2 til -1
Program/flow	Klub	DKeF	Loops, cap/slots, run-of-show, mini-finale	-2 til -1
Frivillige	Klub	DKeF	Roller (vært/coach/onboarding), brief, vagtplan	-3 til -1
Kommunikation	DKeF/klub	Partnere	Posts, plakater, reminders, praktisk info	-6 til 0
Partneraftaler	Klub	DKeF	Boligforening/bibliotek/pizzeria: udsendelser + contra	-5 til -3



Data & GDPR	Klub	DKeF	Tilmeldingsfelter, samtykke, kanal-spørgsmål, opbevaring	-6 til 0
Onboarding funnel	Klub	Frivillige	Bookingstation, introhold-tider, buddy-match, T+opfølgning	-2 til +2
Budget/indkøb	Klub	DKeF	Print, snacks, diplomer, voucher (hvis relevant)	-3 til -1
Evaluering	DKeF/klub	—	KPI'er, læring, næste iteration	+1

13) Sikkerhed, tryghed og samtykke (minimumsstandard)

Formål: gøre afviklingen robust (børn/familier) og reducere risiko i 'gemte' lokationer.

13.1 Minimum før event

- Udpeg én ansvarlig for sikkerhed (kan være værten).
- Kend brandudgange/evakueringsvej + vis dem til frivillige.
- Førstehjælpskit: placering kendt + hvem ringer 112 (navngiv).
- 'Mistet barn'-procedure: samlingspunkt ved lounge + værten tager ledelsen.
- Banesikkerhed: ventelinje, ingen foran kastelinje, coach har 'stop'-autoritet.

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: 'må vi tage billeder?' (ja/nej). Markér tydeligt.
- Undgå close-ups af børn uden forældres accept; brug brede stemningsbilleder som standard.

13.3 Tilgængelighed og tryghed

- Sørg for at der er tydelig belysning ved indgang/stier (så vidt muligt).
- Placer stole tæt ved banen som 'tryk base' for børn/pauser.
- Hold lydniveau lavt; værten taler tydeligt og kort.
- Hvis ruten er svær: gør 'mød os på overfladen'-punkt muligt eller brug telefon-backup.

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

Mål: gøre 'næste skridt' uundgåeligt og enkelt. Booking på stedet er den primære konvertering.

14.1 Funnel i 6 trin

- Trin 1: Event (oplevelse + succes)
- Trin 2: Bookingstation (book 2 tider, før de går)



- Trin 3: Buddy/mentor match (navn + 2 min check-in på introgang 1)
- Trin 4: Introgang 1 (tryk start + forventningsafstemning)
- Trin 5: Introgang 2 (progression + social tilknytning)
- Trin 6: Valg (fast holdtid / fortsæt intro / stop)

14.2 Standard opfølgningsflow

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

14.3 Bookingstation – minimumskrav

- To konkrete intro-tider klar (A og B) – ikke 'kontakt os senere'.
- 1 minut proces: navn → tid A/B → bekræftelse (sms eller papir).
- Forklar 'første gang': varighed, hvad man gør, hvem der møder dem.

15) Run-of-show (minutplan) og generalprøve light

15.1 Run-of-show – 90 min

Tid	Hvad sker der	Ansvarlig	Noter
-30	Wayfinding tjek + bordopsætning	Klub + friv.	Test rute, sæt skilte op
-10	Frivilligbrief (10 min)	Vært	Mål: alle i gang hurtigt + book næste skridt



00:00	Velkomst + 2 regler + intro	Vært	Hold det kort (max 2 min)
00:05	Loop 1 starter	Coach	Alle skal spille indenfor 10 min
00:20	Loop 2	Coach	Rotation styres stramt
00:35	Loop 3	Coach	Høj succesrate; hjælp nybegyndere
00:50	Loop 4 (hvis tid/kap.)	Coach	Ellers mere tid til finale
01:05	Mini-finale + diplomer	Vært	Fejr forbedring/teamwork
01:15	Bookingstation (2 tider) + tak	Onboarding	CTA = booking
01:25	Afslut + oprydning light	Alle	Hurtig læringsnote (3 linjer)

15.2 Generalprøve light (anbefalet i uge -1)

- Lav en 20–30 min test med 2–4 personer (frivillige eller 'kendte' familier) for at:
- 1) teste rute/wayfinding og hvor folk 'går forkert',
- 2) teste loop-timing (15–18 min føles rigtigt?),
- 3) teste bookingstationen (kan vi booke på 1 minut?).
- Output: 3 justeringer før event (max) – ikke en stor ombygning.

16) Budget skabelon

Brug budget som 'menu' – lav/medium/høj afhænger af hvor meget I køber jer til reach vs. bruger partnere/organisk distribution.

Post	DKK	Noter
Print/wayfinding (plakater, pile, tape)	300–700	Friktionsdrab er kritisk
Diplomer/præmier/klistermærker	200–400	Børn = høj effekt



Snacks/saft/vand	200–600	Kan sponsoreres
Annoncer (SoMe)	0–1.000	Partnere kan reducere behovet
Voucher/subsidy (hvis klubben betaler)	0–500	Ellers partner (pizzeria)
Quest-materiale (kort/stempler) – hvis PizzaQuest	0–200	Kun ved modul
Total (vejledende)	700+	Afhænger af valg

Spons/contra-ideer (for at holde budget nede):

- Pizzeria betaler voucher som marketing (mod co-branding).
- Lokale butikker bidrager med små præmier.
- Bibliotek/kulturhus giver gratis kanalplads (kalender/opslag).

17) Modul: PizzaQuest / Stjerneløb der slutter i kegleklubben

Formål: skabe et tydeligt startpunkt og en oplevelse der gør 'gemt væk'-banen til destination – uden skole/SFO.

17.1 Koncept

- Start ved lokalt pizzeria (mødested) → 1–2 poster i nærområdet → finale i kegleklubben (75–90 min).
- Voucher: pizzeria-deal eller klub-'næste gang' fordel (billigt).
- Partnerdistribution: pizzeria + boligforening/beboerhus + forældregrupper.

17.2 Run of show

- 00:00–00:20 Pizzeria: udlevering af 'Quest-kort' + første stempel + kort briefing.
- 00:20–00:50 Post 1–2: simple familieopgaver (kodeord/stempel).
- 00:50–02:00 Kegleklub: Guided Family Drop-in (loops) + mini-finale + bookingstation.

17.3 Poster

- Post 1: 'Find 3 bogstaver' (på en plakat ved biblioteket) → giver kodeord.
- Post 2: 'Foto-udfordring' (tag billede ved et kendt sted) → vis til vært i klubben for stempel.
- Indoor-backup: 2 poster inde i pizzeria (quiz + find-et-ord).



17.4 Voucher-modeller (vælg én)

- Pizzeria-voucher: fx gratis børnedrik/tilbehør ved køb (pizzeria betaler).
- Klub-voucher: fx gratis saft/kaffe næste gang (lav omkostning).
- Kombi: 'PizzaQuest + 2 intro-gange' som samlet tilbud (hvis klubben vil).

17.5 Partneraftale

- Pizzeria forpligter sig til: (1) 2 SoMe posts, (2) fysisk opslag i butik, (3) udlevering af quest-kort/stempel.
- Klub forpligter sig til: (1) co-branding, (2) nævn pizzeria i opslag, (3) voucher-håndtering.
- Måling: unikt QR-link til pizzeria-kanal + antal indløste vouchers.

18) Serie-scenarie: Event → 6-ugers familie-intro (vane + medlemskab)

Hvis målet er mere end 'én god aften', er en kort serie ofte stærkere end one-off for skolekældre.

18.1 Struktur

- Trin 1: Skjult Kegelbane-event (75–90 min) – alle booker næste skridt på stedet.
- Trin 2: 6 uger 'Familie-intro' (1 time/uge, fast tid) – progression + fællesskab.
- Trin 3: Overgang til fast hold (familie/junior/voksen) i uge 6.

18.2 Ugeplan (gentagelig)

- Uge 1: Tryk start + regler + første succes.
- Uge 2: Makkerformat + enkel teknik (1 fokus).
- Uge 3: Progression (forbedring måles).
- Uge 4: Mini-turnering (lavt pres).
- Uge 5: 'Familiechallenge' + social pause.
- Uge 6: Mini-finale + valg af næste holdtid.

19) KPI'er og måling

- Fremmøde pr. event (familier + voksne).
- Andel der booker intro på stedet.
- Fremmøde til første introgang.
- Fremmøde uge 1 vs. uge 6 (hvis serie).
- Konvertering til fast hold/medlemskab efter uge 6.
- Kanal-performance (via unikke QR-links).



20) Tjeklister

20.1 Tjekliste – før (senest T-7)

- Dato/tid låst + banetilgængelighed bekræftet (og evt. begrænsninger noteret).
- 2–3 introhold-tider klar (så booking er mulig på dagen).
- 'Her går du ind'-foto + video produceret.
- Plakater/QR/wayfinding printet og klar.
- Frivillige fordelt på roller (vært/coach/onboarding) + sikkerhedsansvarlig navngivet.
- Partners 'ja' bekræftet og udsendelser booket.

20.2 Tjekliste – dag-of

- Wayfinding op + rute testet.
- Check-in + lounge + bookingbord sat op.
- Brief frivillige (10 min) – mål: alle i gang hurtigt + book næste skridt.
- Fotos under event (til næste runde).

20.3 Tjekliste – efter (T+1)

- Send tak + bookinglink.
- Udtræk kanaldata (QR) + noter læring (3 linjer).
- T+3 reminder + T+10 personlig ping + T+21 sidste venlige reminder.

Bilag A – Skabeloner

A1) FB-post (kort)

"Kvarterets skjulte keglebane åbner for familier! 🎳

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

📍 Her går I ind: [kort tekst + foto]

🕒 [tid]

Tilmeld gratis her: [link/QR]

Vi står klar og viser jer ind."

A2) Partner-tekst (boligforening/beboerhus/pizzeria)

"Vi inviterer til gratis familieevent på den lokale keglebane. Det varer max 90 min, og vi viser alle præcis hvor man går ind. Kan I dele dette i jeres gruppe/nyhedsbrev? Vi kan reservere [10–20] pladser til jer."

A3) Reminder til tilmeldte (SMS)

"Glæder os til at se jer i morgen 🎳 Det varer max 90 min.

Her går I ind: [kort tekst + foto].

Kan I ikke finde indgangen? 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 – Partner-outreach

SMS/DM (kort):

“Hej [navn] – vi laver et gratis familieevent på den lokale keglebane (gemt væk, men vi viser alle ind). Det tager max 90 min. Kan I dele opslaget i jeres gruppe/nyhedsbrev? I får også reserverede pladser hvis I vil. /[navn]”

E-mail (kort):

“Hej [navn]

Vi afholder et gratis familieevent på den lokale keglebane (max 90 min, ingen erfaring nødvendig). Vi vil rigtig gerne samarbejde med [organisation] om at nå lokale familier. Kan I hjælpe ved at dele en kort invitation i jeres kanaler? Vi kan reservere pladser til jeres medlemmer og nævner jer som partner.

Bedste hilsner

[navn]”

Bilag C – Budgetark (udfyld pr. pilot)

- Dato/klub: _____
- Valgt format: Standard / PizzaQuest / Serie
- Print/wayfinding: _____ DKK
- Præmier/diplomer: _____ DKK
- Snacks/drikke: _____ DKK
- Annoncer: _____ DKK
- Voucher/subsidy: _____ DKK
- Andet: _____ DKK
- Total: _____ DKK
- Spons/contra (hvem + hvad): _____

Bilag D – PizzaQuest Skabelon (Udgangspunkt I klubben I Odense)



PizzaQuest Odense N – Stjerneløb (printklar A4)

Start: Milano Pizza, Rullekrovej 2B, 5270 Odense N • Finale: Odense Kegle Center (kælder),
Bispeengen 3, 5270 Odense N

Varighed: ca. 75–120 min (inkl. finale i klubben). Formål: Find den "gemte" keglebane og få
belønningen 🍕

Sådan gør I

1) Få Quest-kort + stempel ved Milano (Post 1). **2)** Gå til de 5 næste poster og udfyld svar. **3)** Vis kortet i kegleklubben (Post 6) og få voucher/belønning.

Tip: Hvis I er i tvivl om rute eller indgang til finalen, ring/SMS: _____

Familienavn / holdnavn:

Mobilnr. (valgfrit):

Antal børn:

Antal voksne:

Stempler & svar (6 poster)

Udfyld svar ved hver post. Når I når Post 6, afleveres kortet ved check-in i kegleklubben.

Post	Sted	Opgave / clue (kort)	Svar	Stempel
1	Milano Pizza Rullekrovej 2B	Få jeres mission + stempel. Skriv stjerneordet I får udleveret.	Stjerneord: _____	<input type="checkbox"/>
2	MENY Rullekrovej 4	Hvor mange bogstaver er der i butikkens navn? (Skriv tallet)	_____	<input type="checkbox"/>
3	Søhus Stige Boldklub Bispeengen 7	Hvilket tal står der på adressen her? (Skriv tallet)	_____	<input type="checkbox"/>
4	Busstoppested "Søhuskolen"	Hvor mange buslinjer står der på	_____	<input type="checkbox"/>



stoppestedsskiltet?
(Skriv antallet)

- | | | | | |
|---|---|---|---------------------------|--------------------------|
| 5 | Søhus Hallen /
Bispeengen 3 | Hvilket vejnavn står på
adreseskiltet?
(Skriv ordet) | _____ | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Odense Kegle
Center (kælder)
Bispeengen 3 | Finale: Find trappen ned
til keglebanen.
Vis jeres kort i klubben og
få belønning. | OK (af klubben):
_____ | <input type="checkbox"/> |

Belønning / voucher

Udfyldes af arrangør/klub:

Voucher-type (fx pizza/intro):

Gyldig til og med dato:

Vilkår (kort):

Kode/ID (valgfrit):

Tryghed: Børn følges med voksne. Kryds veje ved fodgængerfelter. Hold jer til fortove/stier.