



# Eventpakke C - Senior/pensionistklubber

|                       |   |
|-----------------------|---|
| <b>Mål</b>            | At gøre det nemt for seniorer og pensionister at prøve kegler i et roligt tempo - og sikre et konkret næste skridt (fast ugentlig tid eller introforløb) før de går hjem.   |
| <b>Baggrund</b>       | Pakke C er udviklet til klubber og centre, hvor den stærkeste rekrutteringsmulighed ikke nødvendigvis er stor event-energi, men tryghed, social kontakt, lavt tempo og et tydeligt forløb fra første besøg til fast vane. |
| <b>Publikumsløfte</b> | En rolig og overskuelig introduktion til kegler, hvor man bliver mødt, hjulpet og fulgt videre - uden at skulle starte alene eller kunne noget på forhånd.  |

## Indholdsfortegnelse

|   |          |
|---|----------|
| <b>1) Kort overblik .....</b>   | <b>2</b> |
| <b>2) Fokuslokationer .....</b>   | <b>2</b> |
| 2.1 Fokusklubber i målgruppen .....   | 3        |
| <b>3) Målgruppe, løfte og beslutningskriterier .....</b>                                    | <b>3</b> |
| <b>4) Tidspunkt og kapacitetsprincipper .....</b>   | <b>4</b> |
| <b>5) Pakkeindhold: 3 formater (vælg 1-2 til pilot) .....</b>                               | <b>4</b> |
| <b>6) Customer Journey (før under og efter) .....</b>                                       | <b>4</b> |
| <b>7) Opsætning og tryk base .....</b>  | <b>5</b> |
| <b>8) Format C1 - Kaffekegler (60-90 min) .....</b>   | <b>5</b> |
| 8.1 Programskitse (75 min eksempel) .....   | 5        |
| 8.2 Spilmekanik og ressourcer .....   | 6        |
| <b>9) Format C2 - Stærk til hverdagen (4-6 uger) .....</b>                                  | <b>6</b> |
| 9.1 Struktur og progression .....   | 6        |
| 9.2 Overgang til medlemskab .....   | 6        |
| <b>10) Format C3 - Mentor-Start (3 gange) .....</b>   | <b>6</b> |
| 10.1 Mentor-greb (konkret) .....  | 6        |
| <b>11) Partnerliste efter lokationstype (hvem er realistiske samarbejdspartnere?) .....</b> | <b>6</b> |
| <b>12) Detaljeret kommunikationsplan (6-8 uger) .....</b>                                   | <b>7</b> |
| <b>13) Scripts til vært, mentor og booking .....</b>  | <b>7</b> |
| <b>14) Måle-setup og registrering .....</b>   | <b>7</b> |
| <b>15) Projekt-tidslinje (-8 til +2 uger) .....</b>   | <b>8</b> |
| <b>16) Workstreams og ansvar .....</b>  | <b>8</b> |
| <b>17) Sikkerhed, tryghed og samtykke (minimumsstandard) .....</b>                          | <b>8</b> |
| <b>18) Onboarding-funnel (event -&gt; intro -&gt; fast vane) .....</b>                      | <b>8</b> |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>19) Budget</b> .....                             | <b>9</b>  |
| <b>20) KPI-er og evaluering</b> .....               | <b>9</b>  |
| <b>21) Tjeklister</b> .....                         | <b>9</b>  |
| 21.1 Før (senest T-7) .....                         | 9         |
| 21.2 På dagen .....                                 | 9         |
| 21.3 Efter .....                                    | 9         |
| <b>Bilag A – Tekstskabeloner (copy/paste)</b> ..... | <b>9</b>  |
| A1) Kort opslag (partner/forening) .....            | 9         |
| A2) Mentor-start.....                               | 10        |
| A3) Reminder (SMS) .....                            | 10        |
| A4) Book næste gang-replik .....                    | 10        |
| <b>Bilag B – Feltliste til registrering</b> .....   | <b>10</b> |
| <b>Bilag C – Mentor-match mini-sheet</b> .....      | <b>11</b> |

## 1) Kort overblik

- Formål: Rekruttere og fastholde seniorer/pensionister via en tryk, social og lav-barriere introduktion - og omsætte førstegangsbesøg til gentagne fremmøder og medlemskab.
- Kernegreb: roligt tempo + pauser + makker/mentor + tydeligt næste skridt (fast ugentlig tid) + skånsom opfølgning (sms/telefon).
- Standardvarighed: 60-90 min (C1/C3) eller 4-6 x 60-75 min som introforløb (C2), afhængigt af lokal kapacitet.
- Rekrutteringsmotor: 3-5 lokale kanaler der allerede rammer målgruppen (aktivitetscentre, Ældre Sagen/lokalforeninger, bibliotek/kulturhus, boligforening/beboerhus, lokale medier + opslag).
- Kerneprincip: hellere få nye med høj trivsel og tydelig opfølgning end mange deltagere uden næste skridt.
- Beslutningspunkt: dato/tid afhænger af banetilgængelighed, værter og mentor-kapacitet - og skal låses tidligt.

Succeskriterier (minimum): (1) fremmøde, (2) 1. gang -> 2. gang, (3) overgang til fast ugentlig tid, (4) fastholdelse efter 4 uger, (5) frivilligbelastning.

## 2) Fokuslokationer

Udgangspunkt: steder hvor der allerede er senior-/pensionistaktivitet, eller hvor klubber/centre peger på et tydeligt seniorpotentiale.

| Keglecenter                 | Lokationstype           | Klubber tilknyttet                            | Indikator / seniorpotentiale                             |
|-----------------------------|-------------------------|---|--|
| Aarhus Kegle Center         | Idrætshal / multicenter | Alle Ni, ADK, Århus Senior kegler             | Århus Senior Kegleklub (78)<br>A.D.K. (8)                |
| Fredericia Kegle Center     | Fredericia Idrætscenter | FDK, Madsby, FUK, Ældrekegler og Seniorkegler | Fredericia Senior (33)<br>Fredericia Ældre Keglerne (26) |
| Christiansfeld Kegle Center | Idrætshal / multicenter | Skjold, Christiansfeld                        | Christiansfeld Kegleklub (256)                           |
| Gråsten Kegle Center        | Idrætshal / multicenter | ALF   | ALF (189)  |
| Sønderborg Kegle Center     | Privat center           | Fidelitas                                     | Ældre Sagens Kegleklub-Sønderborg (133)                  |
| Aabenraa Kegle Center       | Privat center           | FUT, Aabenraa ældrekegler                     | Ældresagens Aabenraa (50)<br>Aktive Ældre Åbenrå (8)     |
| Maribo Kegle Center         | I kælderen ved hallen   | Alliancen                                     | Alliancen (59)   |



|                        |                            |  |  |
|------------------------|----------------------------|--|--|
| Roskilde Kegle Center  | Privat center              | RKK, Gnisten,<br>Roskilde Ældre Motion | Gnisten (52)<br>Roskilde Ældre Motion (25) |
| Odense Kegle Center    | Kælder på skole            | OPK, SK79,<br>OK, KB44, Alle 9         | O.P.K. (38)<br>S.F.K. (16)                 |
| Nyborg Kegle Center    | Kælder på skole            | NK, SKK,<br>NKO, Storebælt             | Storebælt (32)<br>N.K.O. (29)              |
| Køge Kegle Center      | Kælder på skole            | KPK                                    | K.P.K. (32)                                |
| Helsingør Kegle Center | Kælder på skole            | HKK, HCK,<br>HKP                       | Helsingør Pensionist (72)                  |
| Haslev Kegle Center    | Kælder på skole            | Haslev,<br>HPK                         | H.P.K. (9)                                 |
| Nordals Kegle Center   | Idrætshal /<br>multicenter | Nordals                                | Nordals (35)                               |

### 2.1 Fokusklubber i målgruppen

Nedenstående klubber er udvalgt, fordi de i medlemsoversigten fremstår som tydelige senior-/pensionistmiljøer eller som lokale pensionistspor, der matcher pakke C direkte.

| By/område      | Klub                              | Profil           | 2024 |
|----------------|-----------------------------------|------------------|------|
| Christiansfeld | Christiansfeld Kegleklub          | Pensionister     | 256  |
| Gråsten        | ALF                               | Pensionister     | 189  |
| Sønderborg     | Ældre Sagens Kegleklub-Sønderborg | Pensionister     | 133  |
| Århus          | Århus Senior Kegleklub            | Senior           | 78   |
| Helsingør      | Helsingør Pensionist              | Pensionister     | 72   |
| Maribo         | Alliancen                         | Pensionister     | 59   |
| Roskilde       | Gnisten                           | Pensionister     | 52   |
| Aabenraa       | Ældresagens Kegleklub Aabenraa    | Pensionister     | 50   |
| Odense         | O.P.K.                            | Pensionister     | 38   |
| Nordals        | Nordals                           | Pensionistprofil | 35   |
| Fredericia     | Fredericia Senior Kegleklub       | Pensionister     | 33   |
| Køge           | K.P.K.                            | Pensionister     | 32   |
| Nyborg         | Storebælt                         | Pensionister     | 32   |
| Nyborg         | N.K.O.                            | Pensionister     | 29   |
| Fredericia     | Fredericia Ældre Keglerne         | Pensionister     | 26   |
| Roskilde       | Roskilde Ældre Motion             | Pensionister     | 25   |
| København      | AIK - Sporty                      | Pensionister     | 24   |
| København      | Ajax København                    | Pensionister     | 18   |
| Odense         | S.F.K.                            | Pensionister     | 16   |
| Haslev         | H.P.K.                            | Pensionister     | 9    |

Brug tabellen som pejlemærke - endeligt pilotvalg afhænger af banetid, værter/mentorer og lokal opbakning.

### 3) Målgruppe, løfte og beslutningskriterier

**Primær målgruppe:**



- Seniorer/pensionister der ønsker socialt fællesskab og en overskuelig aktivitet i roligt tempo.
- Nye i området eller ny-pensionerede som mangler et fast socialt holdepunkt.
- Seniorer der ønsker blid motion (balance/koordination) uden præstationspres.

#### Sekundær målgruppe (eventuelt lokalt valg):

- Bedsteforældre-børnebørn som fælles aktivitet (ekstra vinkel - uden at pakken bliver en familiepakke).
- Ældre der kommer via aktivitetstilbud eller forebyggelsesindsatser.

#### Løfte (skal gå igen i al kommunikation):

- Trygt og roligt tempo - ingen erfaring nødvendig.
- Socialt først: makkerformat, tydelig velkomst og plads til pauser.
- Kort og overskueligt: 60-90 minutter (eller et enkelt 4-6 ugers introforløb med faste tider).
- Du får en fast kontaktperson (mentor/buddy), så du ikke starter alene.

#### Beslutningskriterier for lokal klub:

- Kan vi stille mindst 1 vært, 1 baneguide og - ved C3 - 1-3 mentorer?
- Har vi en tydelig fast tid at tilbyde som næste skridt, inden vi inviterer?
- Har vi 3-5 lokale kanaler/partnere der realistisk kan nå målgruppen?

### 4) Tidspunkt og kapacitetsprincipper

- Anbefalet rangering: A) hverdag formiddag 10:00–12:00, B) hverdag tidlig eftermiddag 13:00–15:00, C) tidlig aften 17:00–18:30 (kun hvis målgruppen lokalt efterspørger det).
- Priorité det tidspunkt hvor klubben kan stille flest værter/mentorer - tryghed og flow slår perfekt klokkeslæt.
- Kapacitetsprincip: planlæg hellere få nye ad gangen med høj kvalitet og opfølgning end store åbne arrangementer uden fast næste skridt.

### 5) Pakkeindhold: 3 formater (vælg 1-2 til pilot)

| Format                   | Kort pitch  | Varighed        | Primær målgruppe                          | Primært næste skridt                |
|--------------------------|---|-----------------|---|-------------------------------------|
| C1 – Kaffekegler         | Rolig social intro med pauser og makkerrotation; fokus på succesoplevelser og fællesskab.                             | 60-90 min       | Seniorer der vil have social aktivitet    | Fast ugentlig kom-i-gang tid        |
| C2 – Stærk til hverdagen | Introforløb der kobler kegler til balance/koordination + fællesskab. Bygger vane med fast tid og tydelig progression. | 4-6 x 60-75 min | Seniorer der vil have sundheds-vinkel     | Overgang til fast hold / medlemskab |
| C3 – Mentor-Start        | Tryk opstart: 3 fremmøder med navngiven mentor og personlig opfølgning – til dem der ellers falder fra efter 1. gang. | 3 x 60-75 min   | Nye / ensomme / ikke-netværksrekrutterede | Overgang til fast ugentlig tid      |

#### Hurtig valg-guide:

- Hvis I vil have lav friktion og høj trivsel: start med C1.
- Hvis I vil bygge vane og gøre sundhed til legitim grund til at møde op: vælg C2.
- Hvis I oplever stort frafald efter første besøg: brug C3 som konverteringsmotor.

### 6) Customer Journey (før under og efter)

Formålet er at gøre oplevelsen tryk fra første kontakt til første faste gang - og at sikre, at næste skridt sker, før deltageren går hjem.



| Fase              | Spor 1: C1/C2 – deltager  | Spor 2: C3 – deltager   | Klub / mentor (bagscene)                                     | Måling (minimum)     |
|-------------------|---|---|--|----------------------|
| 1. Opdagelse      | Ser opslag via partner/lokal kanal. Forstår: roligt tempo + 60-90 min + sted/tid. | Mødtager personlig invitation/henvisning. Forstår: du får en mentor.  | Partnerdeling + opslag. Én tydelig CTA (tilmelding/telefon). | Reach + henvendelser |
| 2. Tilmelding     | Tilmeldes via simpelt link/telefon. Valgfri tilmelding kan også ske ved fremmøde. | Tilmeldes/visiteres – mentor tildeles før dag 1.                      | Telefonliste/tilmelding. Samtykke. Mentor-matchliste.        | Tilmeldte            |
| 3. Forventning    | Får sms: tid, indgang/parkering, pauser og at man ikke skal kunne noget.          | Får sms fra mentor med navn + mødetid + jeg møder dig ved bordet.     | Send sms + print velkomstliste. Plan for pauser/stole.       | No-show              |
| 4. Ankomst        | Bliver mødt ved bord/stol. Får introduktion i roligt tempo.                       | Mødes af mentor ved dør/bordet. Introduceres til 1-2 andre.           | Vært = tryk base. Toilet/udgang. Stole tæt på baner.         | Fremmøde             |
| 5. Første spil    | Makkerheat med høj succesrate. Max 2 regler ad gangen.                            | Mentor spiller første heat sammen med deltageren.                     | Coach guider og holder tempo nede.                           | Trivsel              |
| 6. Pause & social | Pause midtvejs. Små samtalekort kan bruges (valgfrit).                            | Mentor tjekker tempo og aftaler næste gang allerede her, hvis muligt. | Vært faciliterer + navneskilte (valgfrit).                   | Feedback             |
| 7. Næste skridt   | Deltager får 1 fast tid (evt. alternativ) - bookes på stedet.                     | Deltager bookes til gang 2 og 3 med det samme.                        | Onboarding hjælper med booking + kort kontingentinfo.        | Booking              |
| 8. Opfølgning     | Tak + næste tid. Reminder 24 timer før næste gang.                                | Personlig sms/telefon fra mentor hvis deltager ikke dukker op igen.   | En enkel opfølgningsrutine + ringeliste.                     | 1 -> 2               |
| 9. Uge 4/6        | C2: mini-fejring + overgang til fast hold/medlemskab.                             | C3: efter 3. gang: overgang til fast tid med buddy videre.            | Klar medlemsvej (betalingsflow + forventning).               | Uge 4/6              |

De 5 vigtigste momenter that matter (senior): 1) første kontakt skal føles tryk, 2) ankomst må ikke være kaotisk, 3) tempoet skal være roligt, 4) næste gang skal aftales før afgang, 5) opfølgningen skal være venlig - ikke sælgende.

## 7) Opsætning og tryk base

- Velkomstbord tæt på indgang + tydelig skiltning.
- Stole tæt på baner (pauser og tryghed).
- Bookingstation: 1 person + info om fast ugentlig tid og næste dato.
- Rolig zone: kaffe/te/vand hvis muligt - især ved C1 og C3.
- Tilgængelighed afklares på forhånd: trapper, gelænder, belysning, toilet og pausepladser.

## 8) Format C1 - Kaffekegler (60-90 min)

Kort pitch: et roligt kom-og-prøv-format, hvor kaffe/te, pauser og makkerpar er en del af selve oplevelsen – (ikke bare noget der sker omkring den.)

### 8.1 Programskitse (75 min eksempel)

- 00:00–00:10 Velkomst + kaffe/te + 2 regler + tryghedsinfo.
- 00:10–00:25 Makker-runde 1 (meget enkel scoring).
- 00:25–00:35 Pause + spørgsmål + social kontakt.
- 00:35–00:55 Makker-runde 2 (samme struktur – fokus på forbedring).
- 00:55–01:05 Mini-afslutning: mest forbedring / bedste teamwork.
- 01:05–01:15 Næste skridt: skriv dig på fast ugentlig kom-i-gang tid.



## 8.2 Spilmekanik og ressourcer

- Point for forbedring (ikke topræsultat).
- Makkerpoint for teamwork / fair play.
- Minimum: 1 vært, 1 banecoach og 1 person til booking/tilmelding.
- Valgfrit men stærkt: kaffe/te + små diplomer.

## 9) Format C2 - Stærk til hverdagen (4-6 uger)

Kort pitch: et introforløb der positionerer kegler som let, men meningsfuld aktivitet - med vægt på balance, koordination, rytme og social vane frem for performance.

### 9.1 Struktur og progression

- Fast ugedag + fast tid er vigtigere end stor variation.
- 4-6 uger anbefales, fordi seniorer ofte har brug for flere gentagelser, før aktiviteten bliver en vane.
- Eksempel på temaer: uge 1 tryk start, uge 2 balance/rytme, uge 3 koordination/progression, uge 4 mini-fejring, uge 5-6 overgang til fast tid.

### 9.2 Overgang til medlemskab

- Tilbyd 2 konkrete ugentlige tider som næste skridt (A/B).
- Book på stedet i uge 4 eller 6 - ikke "vi vender tilbage".
- Buddy/mentor følger de første 1-2 gange efter forløbet.

## 10) Format C3 - Mentor-Start (3 gange)

Kort pitch: designet til deltagere der ellers ville falde fra mellem 1. og 2. gang. Klubben stiller en mentor/buddy i stedet for at bede deltageren tage nogen med selv.

### 10.1 Mentor-greb (konkret)

- Mentor møder fysisk ved dør eller velkomtbord første gang.
- Mentor sender reminder 24 timer før gang 2 og 3.
- Mentor introducerer deltageren til 1-2 andre og følger op venligt ved no-show.
- Efter 3. gang: kort samtale om hvilken fast tid der passer bedst.

## 11) Partnerliste efter lokationstype (hvem er realistiske samarbejdspartnere?)

Målet er at give klubberne en konkret kanal-menu, så de ikke skal starte fra nul. Vælg 3-5 partnere pr. pilot - ikke 15.

| Lokationstype                | Relevant partner   | Hvad de kan bidrage med   | Pitch til partneren  |
|------------------------------|--|---|--|
| Idrætshal / multicenter      | Aktivitetscentre, senioridræt, centerledelse, café/reception     | Synlighed, opslag, lokalt mødested, brugere der allerede er i huset | Vi laver et roligt seniorforløb, som kan styrke jeres dagaktivitet og skabe liv i centret. |
| Kælder på skole / gemt anlæg | Boligforening, beboerhus, bibliotek, lokalråd, Ældre Sagen       | Tillid, lokal distribution, hjælp til at forklare adgang            | Vi gør et skjult anlæg brugbart gennem tryk adgang, lille format og fast opfølgning.       |
| Privat center                | Lokalavis, apotek, supermarked, aktivitetshus, forebyggelsesteam | Nå seniorer uden for eksisterende klubmiljø                         | Vi tilbyder et overskueligt forløb med social kontakt og lav fysisk barriere.              |
| By med stor pensionistbase   | Ældre Sagen, pensionistforeninger, frivilligcentre               | Kanaladgang, legitimitet, henvisning                                | Vi har et konkret format med 60-90 min varighed og et tydeligt næste skridt.               |



## 12) Detaljeret kommunikationsplan (6-8 uger)

Seniorpakken har størst effekt, når den bliver kommunikeret som tryk, rolig og overskuelig og ikke tænkes som stort event. Derfor er gentagelse, telefonisk kontakt og lokale kanaler vigtigere end store annoncebudgetter.

| Tid      | Hvad gør vi?   |
|----------|--|
| T-8 uger | Lås dato/tid + vælg format + udpeg 1 ansvarlig. Afklar adgang, trapper, belysning, toilet og næste-skridt tid (fast ugentlig tid).     |
| T-7 uger | Lav partnerliste (10–20 kontakter lokalt) + fordel hvem der ringer/skriver. Klargør 1 plakat, 1 kort tekst og simpelt tilmeldingsflow. |
| T-6 uger | Partneroutreach: send tekst + bed om deling i nyhedsbrev/Facebook/grupper. Aftal evt. 10 pladser til jer.                              |
| T-5 uger | Opslag offline: bibliotek, apotek, supermarked, aktivitetshus. Book evt. omtale i lokalavisens arrangementskalender.                   |
| T-4 uger | Første reminder-bølge i partnerkanaler. Hvis I tester annoncer: lille geo-target (0–1.500 kr) med roligt tempo + 60–90 min.            |
| T-2 uger | Telefonrunde til nøglepartnere + opdater opslag. Forbered værter/mentorer (10 min briefing).   |
| T-1 uge  | Tilmeldte får praktisk sms. Print tjeklister, navneskilte (valgfrit) og første-gang-kort.  |
| Eventdag | Synlig velkomst, roligt flow, booking før afgang, dataopsamling.   |
| T+1 dag  | Tak + næste tid + reminder. Notér læring: hvilke kanaler gav fremmøde? Hvad var største friktion?                                      |
| Uge 2–4  | Fastholdelse: reminder + mentor-check-ins (hvis relevant). Saml KPI og beslut: gentag / skalér / justér.                               |

## 13) Scripts til vært, mentor og booking

| Situation          | Formål                             | Forslag til formulering  |
|--------------------|------------------------------------|--|
| Velkomst (30 sek)  | Skabe ro og tryk hurtig            | “Velkommen. I skal ikke kunne noget på forhånd. Vi tager det roligt, der er pauser undervejs, og vi hjælper jer hele vejen.” |
| Mentor-start       | Fjerne følelsen af at starte alene | “Hej, jeg hedder [navn], og jeg følger dig i gang i dag. Vi tager første runde sammen, og jeg hjælper dig også næste gang.”  |
| Pause-snak         | Skabe social kontakt uden tvang    | “Hvordan føles tempoet? Skal vi tage en kort pause, eller vil du prøve én runde mere sammen med [navn]?”                     |
| Book næste gang    | Sikre konkret næste skridt         | “Hvis det her føltes rart, kan jeg booke dig ind på vores faste tid allerede nu – det tager ét minut.”                       |
| No-show opfølgning | Beholde relationen                 | “Hej [navn], vi savnede dig. Hvis du har lyst, finder vi bare en ny dag – helt i roligt tempo.”                              |

## 14) Måle-setup og registrering

Måle-setup’et skal være så enkelt, at klubberne faktisk bruger det. Målet er ikke perfekt data, men sammenlignelig data fra pilot til pilot.

| Målepunkt           | Hvornår registreres det?  | Hvordan registreres det?              | Hvorfor er det vigtigt?               |
|---------------------|---------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Tilmeldte           | Før event                 | Simpel liste / formular               | Viser kanalernes effekt før afvikling |
| Fremmødte           | Ved check-in              | Navneliste + kryds                    | Basismål for eventet                  |
| Booket næste tid    | Før afgang                | Bookingliste / mobilnotat             | Mest kritiske konvertering            |
| 1. gang -> 2. gang  | Ved næste fremmøde        | Deltagerliste                         | Viser om formatet er trygt nok        |
| Fastholdelse uge 4  | Efter 4 uger              | Kort statusark                        | Viser vane / medlemskabspotentiale    |
| Kanal               | Ved tilmelding / check-in | Én valgliste: hvordan hørte du om os? | Viser hvad der virker lokalt          |
| Frivilligbelastning | Efter event               | 1-5 score + kommentar                 | Vigtigt for skalerbarhed              |



Minimumsfelter til registrering findes i Bilag C.

## 15) Projekt-tidslinje (-8 til +2 uger)

| Uge       | Milepæl                   | Output der skal være klar                  | Beslutningspunkt                                 |
|-----------|---------------------------|--|--|
| -8        | Pilotvalg + rammesætning  | Valgt klub + format + næste-skridt tid     | Har vi mentor-/værtskapacitet?                   |
| -7        | Adgang og tryghed         | Dato/tid + adgang + toilet/udgang + stole  | Er lokationen fysisk tryk nok?                   |
| -6        | Partnerliste + materialer | Plakat + tekst + tilmelding + samtykke     | Hvilke 3-5 kanaler satser vi på?                 |
| -5 til -3 | Partneraktivering         | Delinger, opslag og evt. kalenderomtale    | Skal vi tilføje telefonrunde eller annonce-test? |
| -2        | Frivillig- og mentorbrief | Vagtplan + scripts + navneliste            | Er rollerne dækket?                              |
| -1        | Finale-forberedelse       | Print, navneskilte, tjeklister, bookingark | Er næste-skridt tider låst?                      |
| 0         | Eventdag                  | Afvikling + booking + mini-debrief         | Beslutning om gentagelse?                        |
| +1        | Opfølgning                | Tak + reminders + status på 1->2           | Har vi behov for ekstra mentoropkald?            |
| +2        | Evaluering / justering    | KPI-opsamling + læring                     | Gentag / skalér / stop                           |

## 16) Workstreams og ansvar

| Workstream           | Primær ansvarlig | Nøgleopgaver                                  | Done-krav (minimum)                      |
|----------------------|------------------|---|--|
| Opsætning & flow     | Klub             | Velkomstbord, stole, baneflow, bookingstation | Tryk base sat op før deltagerne ankommer |
| Kommunikation        | Klub / DKeF      | Plakat, partnertekst, reminders, opslag       | Mindst 3 bølger + T-1 reminder           |
| Mentorer             | Klub             | Match, reminders, no-show opfølgning          | Mentor navngivet for hver C3-deltager    |
| Data & GDPR          | Klub / DKeF      | Samtykke, deltagerliste, kanalsporing         | Registrering kan gennemføres på dagen    |
| Booking & opfølgning | Klub             | Næste-skridt tider, T+1 / T+3 / T+10          | Min. 1 ansvarlig for booking             |
| Evaluering           | Klub / DKeF      | KPI, læring, næste pilot                      | Kort debrief + statusark                 |

## 17) Sikkerhed, tryghed og samtykke (minimumsstandard)

- Baneguide / coach har stop-autoritet på banen.
- Bord og stole fungerer som tydelig base og samlingspunkt.
- Tilgængelighed beskrives i invitationen: trapper, toilet, pauser, parkering.
- Foto/video: tydeligt samtykke ved check-in (afkrydsning eller markering på liste).
- Kontaktpunkt: telefonnummer til vært fremgår af reminder og printmateriale.

## 18) Onboarding-funnel (event -> intro -> fast vane)

1. Kontakt: ser opslag eller får personlig invitation.
2. Deltagelse: møder op til event / første gang.
3. Booking: næste skridt bookes på stedet.
4. Intro 1: møder op til første faste gang.
5. Intro 2: møder op igen og får social binding.
6. Fast vane: vælger holdtid og fortsætter / melder sig ind.



## 19) Budget

| Post                                 | Pris       | Noter   |
|--------------------------------------|------------|---|
| Print (A4/A3 + piktogram/vejvisning) | 200–400 kr | Vigtigt ved offline-kanaler og hvis adgang skal forklares               |
| Kaffe/te/vand (+ evt. kage)          | 200–500 kr | Stærkt ved C1 og C3, men kan holdes enkelt                              |
| Små diplomer / symbolsk præmie       | 100–250 kr | Fx mest forbedring eller godt første skridt                             |
| Telefon/sms-udgifter                 | 0–100 kr   | Skånsom opfølgning kan ofte klares via mobil                            |
| Annonce-test (lokalt)                | 0 kr       | Kun hvis partnerkanaler ikke giver nok reach                            |
| Mentor-tid                           | In-kind    | Planlæg belastning: få nye med høj fastholdelse > mange uden opfølgning |

## 20) KPI'er og evaluering

- Fremmøde (antal tilmeldte vs. fremmødte).
- 1. gang -> 2. gang (retention).
- Andel der booker fast ugentlig tid på stedet.
- Fastholdelse efter 4 uger.
- Frivillig- og mentorbelastning (1–5 + kommentar).
- Kanal-performance: hvilke samarbejdspartnere gav faktisk fremmøde?

## 21) Tjeklister

### 21.1 Før (senest T-7)

- Lås dato/tid + næste-skridt tid.
- Udpeg roller + mentorer.
- Partneroutreach + print/opslag.
- Afklar adgang, toilet, parkering og pausepladser.
- Klargør tilmeldingsliste + samtykke + bookingark.

### 21.2 På dagen

- Velkomstbord + stole + bookingbord sat op.
- 10 min brief til værter/mentorer.
- Alle deltagere bliver mødt personligt inden for de første minutter.
- Booking af næste gang sker før afgang.

### 21.3 Efter

- Tak + næste tid (T+1).
- Reminder før næste gang.
- Notér læring: hvilke kanaler gav fremmøde? hvad var største friktion?

## Bilag A – Tekstskabeloner (copy/paste)

### A1) Kort opslag (partner/forening)

**Kom til Kaffekegler** 🍷 🎳 – en hyggelig og overskuelig introduktion til kegler

Vi inviterer til en rolig og social stund med kaffe, fællesskab og keglespil i et tempo, hvor alle kan være med.

Du behøver ikke have erfaring – vi guider dig hele vejen og sørger for, at det bliver en god første oplevelse.



**Tid:** [dag + dato + klokkeslæt]

**Sted:** [sted + adresse]

**Tilmelding:** [telefon / mail / link]

**Kontaktperson:** [navn + nummer]

Det vigtigste er ikke at være god – det vigtigste er at være med.

## A2) Mentor-start

Ny i kegler? Så starter du ikke alene

Vi ved, at det kan være svært at møde op til noget nyt første gang. Derfor har vi lavet et lille opstartsforløb, hvor du får en mentor og bliver fulgt godt ind i fællesskabet.

Forløbet varer 3 gange, foregår i et roligt tempo og er lavet til dig, der gerne vil prøve noget nyt uden at føle dig på usikker grund.

Der er tid til både spørgsmål, pauser og en god snak undervejs.

Første mødegang: [dag + dato + klokkeslæt]

Sted: [sted + adresse]

Tilmelding / kontakt: [navn + telefon / mail]

Du skal ikke kunne noget på forhånd – du skal bare have lyst til at komme.

## A3) Reminder (SMS)

Hej [navn]

Vi glæder os til at se dig til [Kaffekegler / Mentor-start] i morgen kl. [tid].

Vi mødes hos [sted/navn], [adresse].

Har du spørgsmål, eller bliver du forsinket, er du meget velkommen til at kontakte [navn] på [nummer].

Venlig hilsen

[Klubnavn]

## A4) Book næste gang-replik

Det lyder som om, du har været glad for det i dag.

Skal jeg ikke lige skrive dig på næste gang med det samme?

Så er det på plads, og du behøver ikke tænke mere over det, når du kommer hjem.

Hvis personen virker tøvende

Det behøver ikke være en stor beslutning i dag.

Vi kan bare finde en næste dato, så du har muligheden – og hvis det ikke passer alligevel, finder vi en anden løsning.

Det vigtigste er, at du får en god og tryk start.

## Bilag B – Feltliste til registrering

| Felt                    | Påkrævet? | Kommentar                    |
|-------------------------|-----------|------------------------------|
| Navn                    | Ja        | Minimum for opfølgning       |
| Mobil eller e-mail      | Ja        | Mindst én kontaktvej         |
| Samtykke (ja/nej)       | Ja        | GDPR / opfølgning            |
| Hvordan hørte du om os? | Anbefalet | Viser hvad der virker lokalt |
| Ønske om mentor         | Valgfrit  | Relevant ved C3              |



|                   |    |             |
|-------------------|----|-------------|
| Næste tid booket? | Ja | Kritisk KPI |
|-------------------|----|-------------|

### Bilag C – Mentor-match mini-sheet

| Ny deltager | Mentor | Næste tid | Noter / opfølgning |
|-------------|--------|-----------|--------------------|
| _____       | _____  | _____     | _____              |
| _____       | _____  | _____     | _____              |
| _____       | _____  | _____     | _____              |
| _____       | _____  | _____     | _____              |
| _____       | _____  | _____     | _____              |