



**BYDYSTEN.DK**

SYDKYSTEN LÆNGE LEVE



# BYDYSTEN 2015

INTRODUKTION - KAMPAGNEN - PRAKTIK - ØKONOMI

SKAL DIN BY VÆRE  
DEN SUNDESTE  
PÅ SYDKYSTEN  
[WWW.BYDYSTEN.DK](http://WWW.BYDYSTEN.DK)



## DEN BEDSTE UDGAVE AF DIG SELV

VIL DU VÆRE MED?



Dette år dyster Solrød, Greve,

LÆKRE PRÆMIER



Der er fantastiske præmier  
masser af sund inspiration til  
kæmpe om. Derudover er æren  
på spil. Hvilken by kan løfte  
pokalen højt når kampagnen  
slutter? få alle dine venner,  
kolleger samt familien med.

MELD DIG PÅ [WWW.BYDYSTEN.DK](http://WWW.BYDYSTEN.DK)

GØR DET!



Meld dig til allerede i dag og vær  
med i lodtrækningen om nogle af  
de lækre startpræmier.

MELD DIG TIL PÅ  
[WWW.BYDYSTEN.DK](http://WWW.BYDYSTEN.DK)  
Sydkysten

"I Bydstyen 2013, var der fokus på både sundhed, motion, kost og søvn. Og jeg kan ud fra erfaringerne for både Solrød Kommune og på det personlige plan give min varmeste anbefaling."

Niels Hörup, Borgmester Solrød

# BYDYSTEN 2015

## Den sundeste sydkyst nogensinde

**Når faglighed, sunde erfaringer og digitale kræfter slippes løs blandt kommunens borgere - skabes sunde resultater.**

Det er både med med glæde og stolthed, at Sydkysten, A-Fys og 7Peaks kan præsentere Bydysten 2015. Metoden bag kampagnen er nok en af de mest innovative men samtidig mest veldokumenterede og gennemtestede digitale produkter på det danske marked for personlig optimering og udvikling.

Vi har samlet al vores faglighed og indenfor kost, motion og mental styrke og kombineret dem med et stærk kommunikation fra lokalt mediehus, digitale rammer. Slutproduktet, Bydysten 2015 har til opgave at guide sydkystens virksomheder, borgere og ansatte i retning af en fremtid med endnu mere energi og overskud.

**Sydkystens kommuner kan med Bydysten 2015, skabe sundhed og velvære blandt borgere og ansatte i kommunen.**

Vi har med Bydysten 2015 forsøgt at skabe et kampagneformat der både er attraktivt for kommunerne internt, såvel som for borgerne eksternt. Ved at basere indsatsen på en digital kampagneplatform sikres en hidtil ukendt skalerbarhed for både aktivering og involvering idet de fleste manuelle processer er reduceret kraftigt. Alle kan være med, og jo større opbakning fra kommunerne - desto større udbytte for alle parter.

I 2013 lancerede vi første udgave af Bydysten og skabte sunde resultater for 346 borgere. I 2015 hæver vi ambitionsniveauet betragteligt og går efter minimum 3.500 deltagere. Denne ambition kan kun realiseres ved tæt samarbejde med kommuner, virksomheder, organisationer og borgere. Vi kan via Sydkysten kommunikere med alle disse aktører og skabe et kommunikativt samlingspunkt for kampagnen.

**“I de sidste 10 år, har jeg arbejdet på at udvikle en digital platform der kan skabe sunde resultater for alle involverede parter. Med Bydysten 2015 ser jeg muligheden for, at alle borgere langs sydkysten, kan deltage i en sund bevægelse med et kæmpe overskud til følge.”**

**Jesper Nyholm**

7Peaks

## Kontakt Bydysten 2015

### Marianne Pedersen

Titel: Bladchef Sydkysten  
Mail: marianne.pedersen@sn.dk  
Tlf: +45 4377 1108

### Mark Abildhauge

Titel: Partner, A-Fys  
Mail: ma@a-fys.dk  
Tlf: +45 4068 6119

### Jesper Nyholm

Titel: Partner, 7Peaks  
Mail: jesper@7peaks.dk  
Tlf: +45 5138 8150

# HVORFOR BYDYSTEN?

Bydysten er den sjove og engagerende vej til sunde vaner

Bydysten er en digital sundhedskampagne der, med simple virkemidler, målrettet fjerner de barrierer der står mellem den enkelte borger og dennes evne til at præstere optimalt.

Det er efterhånden anerkendt, at det kan være svært at begå sig både personligt og professionelt, hvis ikke man har et fornuftigt forhold til basale livsstilfaktorer såsom kost, rygning, alkohol, motion og søvn. Bydysten angriber de dårlige vaner ved at skabe viljestyrke og selvtillid.

## Vanebryder

---

Bydysten knuser de dårlige vaner hos borgerne og sætter fokus på at erstatte disse med bedre vaner i forhold til kost, rygning, alkohol, motion, stress og søvn. Dette gøres ikke ved at løfte pegefinger eller indskærpe faste og hårde rammer, men ved at tage udgangspunkt i den enkelte borgers nuværende livsstil. Meget forskning peger på, at det tager 21 dage at få en vane. Med Bydysten holder vi fokus i 50 dage og tidligere forløb har vist at op til 70% af deltagerne fastholder disse vaner et år efter forløbet.

## Viljestyrke

---

Viljestyrke er et begreb de færreste har fokus på i dagligdagen. Ikke desto mindre er mangel på viljestyrke ensbetydende med manglende evne til at sætte mål og færdiggøre de udfordringer du har sat dig for. Med Bydysten har vi dokumenteret at deltagerne gennem forløbet optimerer deres viljestyrke og samtidig minimerer behovet for eksterne motivationsfaktorer, når det drejer sig om at gennemføre de opgaver og udfordringer hverdagen byder på i dagens Danmark.

## Selvtillid

---

Det er demotiverende at vågne til en hverdag hvor både en selv og ens omgivelser mangler tillid og tro på, at dagen kan blive en succes. Ofte er der meget langt mellem ens aktuelle tilstand og den tilstand man forventede eller drømte om at vågne til, hvis man var en succes. Bydysten har fokus på, at gøre det både attraktivt og overskueligt for borgeren, at komme gennem hver dag gennem hele forløbet som en succes. Erfaringen viser, at 80% af dem der gennemfører et digitalt forløb, vågner med frisk selvtillid.

## Mobilisering

---

Hele pointen med Bydysten er, at gribe borgeren hvor han eller hun er, sætte nogle overskuelige målsætninger og arbejde med at mobilisere den basale tilstand, både fysisk og mentalt, således at borgeren er bedst muligt rustet til at tage ansvar for sig selv og turde stille krav til sin egen præstationsevne i dagens Danmark. Vi ved at ca. 80% af dem der bliver tilbudt deltagelse, vælger at deltage og at 75% gennemfører forløb som Bydysten med flotte og sunde resultater.



The tablet displays a website with a table of data. The table has several columns and rows, with some cells containing green bars. The website header includes a logo and navigation links. The main content area features a large image of vegetables and a table with multiple columns and rows of data.

Item	Value
1	100%
2	100%
3	100%
4	100%
5	100%
6	100%
7	100%
8	100%
9	100%
10	100%
11	100%
12	100%
13	100%
14	100%
15	100%
16	100%
17	100%
18	100%
19	100%
20	100%
21	100%
22	100%
23	100%
24	100%
25	100%
26	100%
27	100%
28	100%
29	100%
30	100%
31	100%
32	100%
33	100%
34	100%
35	100%
36	100%
37	100%
38	100%
39	100%
40	100%
41	100%
42	100%
43	100%
44	100%
45	100%
46	100%
47	100%
48	100%
49	100%
50	100%

SKAL DIN BY VÆRE DEN SUNDESTE PÅ SYDKYSTEN  
WWW.BYDYSTEN.DK

**BYDYSTEN.DK**

**DEN BEDSTE UDGAVE AF DIG SELV**

**VIL DU VÆRE MED? LÆKKE PRÆMIER GØR DET!**

... ..

**BYDYSTEN.DK**

**Syddysten**



**Næsten rundt om ækvator**  
Det er på sundhedsrådspæren i Bydstyen

**Borgmester går foran i Bydstyen**  
Svend Andersen, borgmester i Bydstyen, er på vej til at blive den første borgmester i Danmark, der har været på en rundtur om ækvator.

**KØB ET MULTIFORM SØKKEN I BOSSILDE, OG PÅ 20% PÅ DIN BORDPLADDE**

**Klar til øget hygge**  
Pård Carter/Modul Proffor

**AULOFOR**

**Bliv motiveret af guldvinder i Bydstyen.dk**  
Klart løbssæson er ved at gå i gang

**GULDSTAVEN**  
I Bydstyen.dk

**STORT PLANTESALG TIL DEN 'SPISELIGE' HAVE**

90 ch-Blister  
60 blomsterarter  
220 forskellige krydderarter  
eksklusive gødnings- og planter  
skønne spiselige blomster

**“Med deltagelse i Bydstyen, viser vi, at vi er mere end bare en avis. Vi skaber liv og puls, vi involverer vores læsere og vi gør det sjovt og sundt at leve på Sydkysten.”**

**Marianne Pedersen, Bladchef Syddysten**

**Sundhedsråd på indkøbsturen**  
Hid tobaksen tælle ved kick-off møde på Bydstyen.dk

**Borgmesteren glad for 1. plads**  
Svend Andersen har vundet i Bydstyen.dk

**Bydstyen.dk klar til god afslutning**  
Indkøbstur søndag er succes

**Stor udfordring for Vallensbæk**  
Forsvarerne har vundet i Bydstyen.dk

**BYDYSTEN.DK**  
SYDKYSTEN LANGE LEVE

# Flere end 200.000 har gennemført

Metoden bag Bydstyen har frigivet sunde ressourcer siden 2005

Metoden og softwaren bag kampagnen har været brugt til at lancere en lang række livsstil-tiltag, både nationalt og lokalt, i organisationer som Helse og Forebyggelsesfonden, forvaltninger som Sundhedsstyrelsen og Fødevarestyrelsen samt i virksomheder som TDC, Nordea, Nestlé og Mærsk.

Når først projektgruppen har defineret en fornuftig kontekst, oplever vi at 80% af den tiltænkte målgruppe, melder sig til forløbet. Ud af disse har vi typisk 78% af alle deltagere igennem med indrapportering hver dag i op til 90 dage. Hele 75% gennemfører den afsluttende screening og kan således være stolte over at have gennemført et forløb der har mobiliseret hidtil ukendte kræfter hos dem selv.

Under den daglige interaktion med systemet, indrapporterer deltagerne deres vaner via et simpelt pointsystem bygget op omkring de klassiske KRAMS faktorer. På baggrund af alle disse data, tilpasser kampagneteamet dialogen med den enkelte.

Den typiske deltager i et digitalt sundhedsforløb oplever at stå tilbage med 60% mere overskud i dagligdagen, kraftig reduktion af usunde vaner og en gennemsnitlig opsparing af 4 sunde leveår.

Når vi kombinerer de fysiske resultater med den øvrige dokumentation konceptet genererer på baggrund af deltagerens input, hersker der aldrig tvivl om den effekt tiltaget har for den enkelte og for de afsendere der har sat kampagnen i gang.

Forløb internt i virksomheder har minimeret sygefraværet med op til 15%, øget arbejdsglæden med 40% og øget det interne samarbejde med op til 50%.

Gennemsnitlig ændring af basale livsstilvaner for borgere der gennemfører et digitalt sundhedsforløb som Bydstyen



**+14%**

SUND MAD



**-40%**

SØVNUNDERSKUD



**+21%**

GRØNT



**-16%**

SNACKS



**+23%**

MOTION



**-26%**

RYGNING



**-11%**

ALKOHOL



“At stille sunde rammer til rådighed er én ting. At skabe sunde og vedvarende forandringer en helt anden. Med Bydysten udlever borgerne vores sunde anbefalinger - og holdes til ilden i 50 dage!”

Mark Abildhauge, Partner A-Fys



# Sådan forløber årets udgave af Bydstyen

Teamet bag Bydstyen søger samarbejde med sydkystens kommuner, foreningsliv og virksomheder med henblik på at skabe et sundt fællesskab for alle borgere foråret 2015.

## Kampagneteamet

For at sikre den brede udbredelse af Bydstyen, inviteres Solrød, Greve, Vallensbæk og Ishøj kommune til at støtte kampagnen, både økonomisk og blandt egne medarbejdere og tiltag i kommunerne.

## Målgruppen

Bydstyen sigter efter alle borgere i de 4 kommuner i alderen fra 10 år og op. Den målgruppe vi kommunikativt vil fokusere på, er kommunernes medarbejdere, virksomheder og foreningsliv.

## Metoden

Med inspiration fra tidligere kampagner og større begivenheder som DHL stafetten, tilbydes alle at deltage ved at købe adgang til hold af 5 personer. Prisen for et hold bliver 500 kr. I sidste ende vil det være et af disse hold der vinder kampagnens hovedpræmie.

## Markedsføringen (10. marts - 3. maj 2015)

Udover kommunikation direkte til kommuner, virksomheder og foreninger, vil Sydkysten markedsføre Bydstyen markant i egen

medieflade, både online og offline. Derudover vil der blive etableret et kick-off event under tilmeldingsperioden.

## Tilmeldingen & Test (6. april - 3. maj 2015)

Kampagnetilmeldingen og deltagertest foregår 100% online med hjælp af digitalt spørgeskema med 32 spørgsmål om livsstil.

## Kampagnen (4. maj - 22. juni 2015)

Igennem kampagnens 50 dage, dyster deltagerne om at samle det antal point deres indledende svar på spørgeskemaet har dikteret. Motiveret af ugentlige konkurrencer, daglig indrapportering og adgang til sundhedsfaglige ressourcer og arrangementer, fastholdes deltagerne i sunde vaner frem til den afsluttende gentagelse af spørgeskemaet.

## Kåring af vinderhold (26. juni 2015)

På baggrund af deltagelse i kampagnen og størst mulig opsparring af sunde vaner blandt deltagerne, kåres årets vinderhold ved afsluttende event.



Sådan ser processen for gennemførelse af Bydstyen 2015 ud

SKAL DIN BY VÆRE  
DEN SUNDESTE  
PÅ SYDKYSTEN  
[WWW.BYDYSTEN.DK](http://WWW.BYDYSTEN.DK)



## DEN BEDSTE UDGAVE AF DIG SELV

ERE MED?

LÆKRE PRÆMIER

**GØR DET!**



brød, Greve,  
om, at blive  
Sydkysten,  
vejr kan du  
dage? Tag  
g, bliv den  
selv.

Der er fantastiske præmier  
masser af sund inspiration og  
kæmpe om, Derudover er æren  
på spil. Hvilken by kan løfte  
pokalen højt når kampagnen  
slutter? Få alle dine venner,  
kolleger samt familien med.

Meld dig til allerede i dag og vær  
med i lodtrækningen om nogle af  
de lækre startpræmier.

MELD DIG TIL PÅ  
[WWW.BYDYSTEN.DK](http://WWW.BYDYSTEN.DK)

**Sydkysten**

MELD IER TIL KAMPAGNEN PÅ [WWW.BYDYSTEN.DK](http://WWW.BYDYSTEN.DK)

“Jeg havde tænkt på at ændre livsstil, og Bydysten var bare den bedste motivation på det tidspunkt. Jeg kom i gang med at løbe og svømme, ligesom jeg ændrede kostvaner, så jeg tabte mig fra 116,5 kg til nu 85 kg. Jeg har fået langt større livskvalitet via min deltagelse.”

**Thomas Tullberg, Vinder af Bydysten 2013**

# Praktiske og økonomiske forhold

Sidste frist for kommunal tilkendegivelse om deltagelse er 1.12.14

Som deltagende kommune får man adgang til deltagelse i kampagnens styregruppe, og således mandat til at tilpasse kampagnens endelige rammer. Derudover deltager kommunens medarbejdere på fordelagtige vilkår.

## Bydstens OPP Finansiering

Bydsten er et offentligt privat partnerskab hvor Sydkysten, A-Fys og 7Peaks delfinansierer tilblivelsen og eksekveringen af kampagnen ved at stille faglighed, teknik og medieplads til rådighed før, under og efter kampagnen. Kampagneteamet søger støtte fra sydkystens kommuner til at fuldende finansieringen og øge kampagnens udbredelse i kommunerne.

## Kommunen modtager

For aktiv deltagelse i Bydsten 2015, får de deltagende kommuner adgang til følgende specifikke elementer:

### Markant indflydelse

Via deltagelse i Bydstens Styregruppe sikres kommunerne afgørende indflydelse på alt fra identitet til sundhedsfagligt fokus.

### 500 Billetter til frit brug

Deltagende kommuner får 500 billetter til brug blandt egne ansatte eller kommunale interessenter efter eget valg.

### Sund markedsføring blandt borgerne

Via den digitale platform og Sydkystens trykte medier, får kommunen sin indsats synliggjort blandt borgere og lokale virksomheder.

### Unik adgang til borgernes adfærdsdata

Deltagende kommuner får afslutningsvis adgang til skræddersyet rapport om sundhedstilstanden blandt borgere og virksomheder, samt benchmark i forhold til de andre deltagende kommuner.

## Mulighed for specifik markedsføring

Såfremt kommunen har egne aktiviteter eller sunde tiltag, kan disse markedsføres digitalt overfor borgerne hele vejen gennem kampagnen.

## Tidsfrist

Kommunen skal senest tilkendegive deltagelse **1.12.2014**.

## PRIS 2015

Tilpasning af kampagneformat Indflydelse via Styregruppe	✓
100 Teams deltager U/B Kommunen vælger selv hvem	✓
Medafsender af kampagnen Indlejring i al kommunikation	✓
Specifik rapportering Relevante data til kommunen	✓
Markedsføring af tiltag Kommunens egne tiltag	✓

**169.000 dkk**

Alle priser er pr. deltagende kommune og eksklusive moms.



**Bydysten 2015**

Greve Strandvej 24  
2670 Greve Strand  
[www.bydysten.dk](http://www.bydysten.dk)



**Marianne Pedersen, Bladchef**

+45 43 77 11 08  
[marianne.pedersen@sn.dk](mailto:marianne.pedersen@sn.dk)  
[www.sydkysten.dk](http://www.sydkysten.dk)



Bydysten 2015 er en digital sundhedskampagne for borgere på Sydvestkysten. Kampagnen udvikles og eksekveres i samarbejde mellem Sydvestkysten, A-Fys og 7Peaks.