

Verksamhetsplan 2025

MARTHA ÅRET OM



Marthaförbundet, delad vardagskunskap sedan år 1899

En bättre värld, en vardag i taget

VISION

Med ansvar och kunskap bygger vi en hållbar vardag för kommande generationer. En stark tro på gemenskap och framtid är grunden för det samhälle vi bygger.

VÅRT UPPDRAG

Vi är experter på vardagen och delar vardagskunskap bland våra målgrupper, medlemmar och till den stora allmänheten. Vårt uppdrag är att bidra till en bättre

värld genom att dela kunskap om hushåll, ekonomi, ekologi, vardagsberedskap och genom att främja jämställdhet. Vårt budskap är mera aktuellt än någonsin. Martharörelsen finns till för alla.

ALLMÄNT OM VERKSAMHETEN 2025

Finlands svenska Marthaförbund är en nationell svenskspråkig rådgivningsorganisation med en bred medlemskår på drygt 8 500 medlemmar. Som rådgivningsorganisation arbetar vi för att stärka vardagsfärdigheter inom hushåll, ekonomi, ekologi och beredskap i hemmen.

Vi har som mål att under 2025 dela kunskap om **cirkulär ekonomi**. För att uppnå detta mål kommer vi att uppmuntra till **medvetna konsumentval**. Genom sin konsumtion – eller genom att avstå från att konsumera – kan var och en visa vad de vill stödja i samhället. Vi strävar också efter att fokusera på att dela kunskap om att leva **resurssmart** för att främja en mer självförsörjande livsstil och därmed öka både individens och samhällets **resiliens**. Under året ligger fokus på **hållbara vardagsval** för att driva den omställning som krävs för att minska förlusten av biologisk mångfald och begränsa klimatpåverkan.

Inom hushållsrådgivningen är målet för år 2025 att dela kunskap, inspirera samt erbjuda råd och verktyg för en hållbar och hälsosam vardag. De nya nationella kostrekommendationerna ska förankras bland allmänheten. I årets matkulturmagasin lyfter vi fram de oljeväxter som är viktiga för Finland och deras användning i matlagningen. Ekologirådgivningen fokuserar på att dela kunskap om hållbara och medvetna val i vardagen samt öka förståelsen för hur dessa val påverkar livskvaliteten för kommande generationer. Ekonomirådgivningen strävar efter att alla, oavsett bakgrund, ska ha tillräcklig kunskap för att fatta välgrundade beslut om sin ekonomi.

För att vara en stark medlemsorganisation är det nödvändigt med livskraftiga föreningar. Vi erbjuder stöd och hjälp i frågor relaterade till föreningsverksamheten. Vi vill inspirera, informera och lyfta fram Marthaförbundets värderingar och projekt i den lokala verksamheten. **Tillsammans** med våra medlemsföreningar strävar vi efter att erbjuda god service och utveckla vår verksamhet. Vi välkomnar nya marthamedlemmar till gemenskapen i samarbete med våra medlemsföreningar, där alla är välkomna oavsett kön, ursprung, religion, sexuell läggning, ålder, funktionsvariation eller andra omständigheter.

Fram till och under 2025 strävar vi efter att skapa nya projekt inom våra verksamhetsområden – hushåll, ekonomi och ekologi – med särskilt fokus på cirkulär ekonomi samt mental och social hållbarhet. Vi utvecklar verksamhet som svarar på behov och efterfrågan och som tar hänsyn till samhällsutvecklingen. Vi kommer att bidra med tips, inspiration och kunskap i vardagen. Vårt arbete vilar på vardagskunskap, hållbarhet och gemenskap. Vi tror på gemenskap, vi tror på framtiden och vi tror på en bättre värld, en vardag i taget, en vardag som vi tillsammans formar.

FOKUSOMRÅDEN 2025

- **Vi skapar en hållbar ekonomi genom medvetna konsumentval**
- **Vi tänker resurssmart och bygger resiliens**
- **Vi fokuserar på en hållbar vardag och hållbara produkter**

Förbättrad ekonomi genom medvetna konsumentval

Alla kan påverka genom medvetna konsumentval. Genom att aktivt ta beslut kring vad, när och var du gör dina inköp har du en möjlighet att visa producenter och beslutsfattare hur du vill att världen ska se ut framöver. Genom att aktivt börja fundera på kvantitet och kvalitet i din konsumtion kan du alla lära dig något om ditt köpbeteende. Att dessutom börja reflektera kring begrepp som konsumentmakt och delningsekonomi har en betydelse för hur konsumtionskulturen kommer att se ut.

Alla kan genom sin konsumtion – eller genom att låta bli att konsumera – visa vad de vill stöda i samhället. Konsumtionen sätter sina spår nationellt och globalt. Genom medvetna konsumentval gör du skillnad på individ- och samhällsnivå.

I verksamheten samarbetar ekonomirådgivningen med ekologirådgivningen och hushållsrådgivningen. Arbetet tillsammans blir en viktig insats i sig för att skapa en hållbar vardag – både i dag och i framtiden. Konsumentval finns i alla våra vardagliga beslut och tillsammans kan vi göra skillnad i samhället.

Resurssmarthet och resiliens

Vi har levt över våra tillgångar allt för länge, nu är det dags att börja leva resurssmart. Det innebär att hushålla med världens begränsade resurser på ett hållbart sätt och minimera inverkan på miljön. Naturen bjuder på mängder av råvaror helt gratis, till exempel smartfisk, svamp, bär och vilda växter. Marthaförbundet uppmanar privathushållen att ta sitt ansvar genom att börja efterfråga smartfisk och vilda växter i handeln, i restaurangköken och inom den offentliga måltiden. Genom att utbilda större aktörer, inklusive dem som arbetar med och är förebilder för hållbara matval, stöder förbundet olika aktörer i matkedjan. Konsumenten erbjuds enkla verktyg för hållbara lösningar. Marthaförbundet har sedan länge arbetat för att stöda den enskilda individen och fortsätter vi med, men vi påverkar även på en samhällelig nivå.

Genom hushållsrådgivning vill vi öka uppskattningen för den inhemska maten. Vi inspirerar individen att själv odla, fiska och plocka sin mat, och vi uppmanar hushållen att respektera de råvaror som finns i butiken. Hela matkedjan från produktion till konsumtion ska genomsyras av säsongstänk. Genom att höja uppskattningen för maten blir vi alla bättre på att hushålla med råvarorna, vilket i slutändan leder till minskat matsvinn. Med kunskap främjar vi en mer självförsörjande livsstil och höjer därmed både individens och samhällets resiliens. Förbundet vill skapa en god och hållbar vardag för alla.

Hållbara vardagsval och produkter

En omställning behövs för att minska förlusten av biologisk mångfald och begränsa klimatpåverkan med fokus på våra val i vardagen. Vi måste leva i balans med naturen, minska klimatavtrycket, göra medvetna val i vardagen och tänka mer cirkulärt vad gäller processer och material. Det kräver i sin tur verktyg och vägledning i frågor kring klimat och biologisk mångfald.

En hållbar vardag innebär att vi tar hänsyn till klimatet, att processer och produkter är fria från skadliga kemikalier och att den biologiska mångfalden gynnas. Avfall ska ses som en resurs. Vi uppmuntrar till minskade mängder avfall, bättre sortering samt till återbruk och återvinning av varor och produkter. Fokus ligger på att återanvända, renovera, reparera, byta, hitta nya användningsmöjligheter och sälja vidare. Vid inköp gäller det att minska konsumtionen, se över sitt köpbeteende och återvinna material. I Finland är återvinningen av textilier fortfarande i sin vagna och vi vill främja den processen.

Vi bistår den enskilda konsumenten och allmänheten i deras vardagsval och betonar även vikten av påverkansarbete för att få igenom vårt budskap och uppnå konkreta resultat. För att skapa en mångsidig helhet arbetar ekologirådgivningen tillsammans med hushållsrådgivningen och ekonomirådgivningen, så att även hållbarhetstänket kring mat, hushåll och ekonomi beaktas.

MEDLEMSVERKSAMHET

Medlemsverksamheten syftar till att erbjuda hjälp och stöd i frågor som gäller föreningsverksamheten samt att inspirera, informera och lyfta fram Marthaförbundets värderingar och projekt i den lokala verksamheten. Vi strävar efter att erbjuda god service och tillsammans med våra medlemmar utveckla verksamheten.



Åtgärder

- Vi fokuserar på att fortsätta lyfta fram våra marthaföreningar, distrikt och kretsar för att öka synligheten och ge en mer nyanserad bild av den lokala marthaverksamheten. Samtidigt får också våra medlemmar möjlighet att bekanta sig med varandra. Detta görs genom olika kampanjer, artiklar och inlägg i våra olika kanaler.
- Vi vill också erbjuda våra medlemmar en kanal där de kan själva marknadsföra sin egen verksamhet och samtidigt ge en mer överskådlig bild av olika aktiviteter i Marthafinland. Därför skapas en separat sida på förbundets webbplats där en öppen händelsekalender för medlemmar finns tillgänglig.
- Marthaförbundets årsmöte är det största medlemsevenemanget under året. För att så många som möjligt ska kunna delta erbjuds möjlighet till ekonomiskt stöd för gemensam transport till och från mötet genom föreningsstöd från Svenska kulturfonden. Medlemsverksamhet som har genomförts med hjälp av stödet kommer även att visas upp.
- Marthadagar kommer också att vara en del av programmet år 2025. Dessa evenemang anpassas efter regionernas behov i samarbete med förbundets personal. Flera föreningar samarbetar då kring en gemensam satsning och har möjlighet att dra nytta av personalens kompetens. Det regionala samarbetet stärks ytterligare som en del av organisationsreformen. Marthadagarna planeras enligt ett rullande schema där alla regioner beaktas.



Förväntade effekter

- Synligheten för föreningarna ökar i Marthaförbundets olika kanaler och mångfalden i medlemskapet lyfts fram. När föreningslivet synliggörs når vi ut till nya potentiella medlemmar.
- De förtroendevaldas arbete i föreningarna underlättas genom de nya kommunikationssätten.
- Genom träffar och besök lär föreningarna känna förbundets anställda. Nätverk etableras och nya samarbeten samt ny inspiration uppstår inom verksamheten. Livskraftiga föreningar med inspirerande och mångsidig verksamhet attraherar nya medlemmar och engagerar befintliga medlemmar.



VERKSAMHETSSPECIFIKA MÅLSÄTTNINGAR

HUSHÅLLSRÅDGIVNING

Målsättningen med hushållsrådgivningen är att dela kunskap, inspirera samt att erbjuda råd och redskap för en hållbar och hälsosam vardag. Genom vår verksamhet förankrar vi de nya nationella kostrekommendationerna hos allmänheten. Vi strävar efter att öka uppskattningen för den inhemska matproduktionen. Då kan vi lättare att göra hälsosamma, kvalitativa och medvetna val i vardagen. Vi jobbar ständigt med påverkansarbete för att öka medvetenheten om en mer hållbar och hälsosam matkonsumtion på många olika nivåer.

I verksamheten arbetar vi för en förbättrad ekonomi genom medvetna konsumentval. Det gör vi genom ett samarbete mellan ekonomirådgivningen, ekologirådgivningen och hushållsrådgivningen. Arbetet tillsammans blir en viktig insats i sig för att skapa en hållbar vardag – både i dag och i framtiden. Konsumentval finns i alla våra vardagliga beslut och tillsammans kan vi göra en skillnad i vårt samhälle.

Åtgärder

- Vår verksamhet hörs och syns i frågor som gäller matfostran och matkultur, konsumtion, praktisk matlagning, näring och klimatsmart mat.
- Under våra matlagningskurser och inom våra projekt förankras de nya nationella kostrekommendationerna hos allmänheten.
- Vi erbjuder både praktiska kurser och föreläsningar enligt fokusområdena för allmänheten, medlemmar, läroinrättningar och samarbetspartner.
- Genom att synas och höras i olika medier stärker vi vårt påverkansarbete och delar vår kärnkunskap.
- Vi vill intensifiera vårt samarbete både inom den privata och offentliga sektorn, också utanför landets gränser.

- Interna målsättningar för rådgivningen fastställs tillsammans med rådgivare från de övriga verksamhetsområdena ekologi och ekonomi två gånger per år baserat på analys av efterfrågan.
- Vi ger fortsättningsvis personlig rådgivning om bland annat matsvinn, användningen av hushållsapparater, kemikaliesmart städning, recept och specialdieter.
- Vi medverkar och delar med oss av vår sakkunskap på olika tillställningar, mässor och evenemang som är förenliga med Marthaförbundets värderingar, och som i sin tur kan bidra till vår verksamhet.
- För att fortsättningsvis vara en betrodd kunskaps- och rådgivningsaktör med spetskompetens behöver vi konstant hålla oss uppdaterade inom olika områden, såsom matkultur, hälsosam och hållbar mat samt matfostran, och följa med framtida mattrender. Det kräver aktivt arbete och ständig fortbildning, också över språk- och riksgränserna

Förväntade effekter

- Vi delar kunskap och inspiration kring hållbara matval, vilket på lång sikt ökar uppskattningen för den finlandssvenska matkulturen och för våra inhemska råvaror. En större uppskattning av inhemsk mat medför att det är lättare att göra hållbara val i vardagen. Arbetet sker både via personer som direkt tar del av vår hushållsrådgivning och via privata aktörer som påverkats av Marthaförbundets verksamhet. Vi når ut utanför förbundets kärnmålgrupp genom aktörer inom offentliga och privata sektorn.
- Genom att räkna antalet deltagare på våra kurser och föreläsningar, antalet besökare på sociala medier, evenemang och mässor samt efterfråga feedback får vi information om hur vi kan utveckla verksamheten samt få ökad synlighet och spridning av Marthaförbundets kärnkunskap.

MATKULTURDAGEN

Den finlandssvenska matkulturdagen kommer att firas traditionsenligt bland medlemmarna och allmänheten den 9 oktober. Redan från och med 2024 får den finlandssvenska matkulturen ännu större uppmärksamhet genom att vi lanserar ett veckolångt firande på olika platser och genom olika kanaler, både fysiskt och digitalt. Temat är *Inhemska oljeväxter*.

MATKULTURMAGASINET 2025

Hushållsrådgivarna vill lyfta fram de oljeväxter som är viktiga för Finland och deras användning i matlagning. Oljeväxter spelar en viktig roll i hållbar och lönsam växtodling på gårdar, särskilt eftersom samma maskinpark kan användas för spannmålsodling.

De mest odlade oljeväxterna är rybs och raps, men det finns också potential för ökad odling och användning av lin och hampa.

Genom att producera ett digert matkulturmagasin med intressanta artiklar, vackra bilder och smarta recept hjälper vi till att öka intresset för och säkra en hållbar inhemsk matproduktion.

Matkulturmagasinet skickas hem till alla medlemmar i Marthaförbundet och delas ut på olika matrelaterade evenemang. Tidningen används också flitigt inom huslig ekonomiundervisning och bland dem som är intresserade av den finlandssvenska matkulturen.

EKOLOGIRÅDGIVNING

För att möjliggöra en bra framtid för våra barn och barnbarn behöver vi lära oss att göra hållbara och medvetna val i vardagen. Att anpassa sig till en livsstil som beaktar klimatkrisen, den biologiska mångfalden och skadliga kemikalier kan upplevas som främmande, obekvämt och utmanande. Här finns inga enkla genvägar, men gör vi inte förändringarna i dag försämrar vi möjligheterna att leva på jorden i framtiden.

Vår konsumtion är för stor, därmed utnyttjar vi inte naturens råvaror och resurser på ett hållbart sätt. För att åtgärda problemet måste vi bli bättre på att tänka cirkulärt, klimatsmart och hållbart samt på att göra insatser för att öka återvinning och återbruk.

Vi måste anpassa oss och våra handlingar till det liv vi lever, som storfamilj eller ensamboende, som stadsbo eller på landsbygden. När individen inser effekterna av de egna valen är det lättare att fatta hållbara beslut i vardagen.

Åtgärder

- Vi fastställer målsättningar för rådgivningen två gånger per år och beaktar aktuella frågor i samhället och efterfrågan på rådgivningsverksamhet.
- I verksamheten ingår bland annat föreläsningar, skraddarsydda kurser, verkstäder, öppna kurser, personlig rådgivning, podcaster, artiklar, materialproduktion och innehåll till sociala medier. Vi besöker mässor, torg och ordnar kampanjer.
- Teman för verksamheten är klimatsmart, kemikaliesmart, biologisk mångfald och cirkulärt tänk genom medveten konsumtion. Målgrupper är skolor, daghem, marthaföreningar, förbundets samarbetspartner och den stora allmänheten.
- Vi utmanar beslutsfattare och samhällspåverkare i frågor som är relevanta för vår framtid.
- Vi ordnar öppna kurser om aktuella teman under såväl vårterminen som höstterminen, också i samarbete med ekonomi- och hushållsrådgivningen.



- Vi skapar sidomaterial och stödande innehåll till föreläsningar och kurser i nära samarbete med övriga rådgivare och projektledare.
- Verksamheten planeras och genomförs i samverkan med ekonomi- och hushållsrådgivningen.

Förväntade effekter

- Ökad medvetenhet och kunskap hos konsumenterna om hållbar konsumtion, cirkulär ekonomi och biologisk mångfald.
- Större förståelse för effekterna av de egna valen i vardagen och hur de påverkar livskvaliteten för kommande generationer.
- Ökad medvetenhet och större förståelse för att uppskatta och vårda det som man redan äger och har.
- Minskade resursbehov genom ökad återvinning av kläder och material.
- Bättre sortering och återvinning av avfall, vilket minskar miljöpåverkan.
- Beslutsfattare som tar hänsyn till klimatet och cirkulär ekonomi i sina beslut.
- Kunder som är bättre rustade att undvika greenwashing och göra mer hållbara val som konsumenterna.

EKONOMIRÅDGIVNING

Oavsett bakgrund bör alla ha tillräcklig kunskap för att kunna fatta välgrundade beslut om sin ekonomi. En förståelse för ekonomi ökar även samhällets resiliens. Vår konsumtion påverkar vår omvärld och klimatet. De val vi gör i vardagen har också direkta konsekvenser för vår egen privatekonomi. Inom ekonomirådgivning betonar vi interaktivitet med mottagaren genom att skapa material med praktiska övningar som stödjer inläringen.

Vi delar materialet via tillgängliga och uppdaterade kanaler som passar alla målgrupper oberoende av ekonomisk bakgrund. Vi framhäver konsumenten som individ och samhällsmedborgare som, genom sina val, påverkar samhällsutvecklingen i en mer hållbar riktning. I samarbete med ekologi- och hushållsrådgivningen visar vi vägen mot en mer hållbar konsumtion. Vårt motto är att våga prata om pengar.

Under verksamhetsåret 2025 fortsätter vi det arbete som redan påbörjats inom temat resurshantering och cirkulär vardag samt vidareutvecklar rådgivningen inom detta tema. Dessutom tar vi upp digital ekonomisk kompetens, ett ämne färsk forskning visar behöver stärkas bland finländarna.



Åtgärder

- Vi fastställer interna mål för rådgivningen två gånger per år baserat på efterfrågan. Exempel på rådgivning kan vara föreläsningar, beställda kurser, workshoppar, öppna kurser, personlig rådgivning, podcaster, artiklar, materialproduktion och innehåll för sociala medier.
- Vi arrangerar öppna kurser inom aktuella ämnen, även i samarbete med ekologi- och hushållsrådgivningen.
- Vi fortsätter att producera kompletterande material och motiverande innehåll för föreläsningar och kurser i nära samarbete med övrig rådgivning.
- Vi delar relevant information via sociala medier och traditionella medier.
- Verksamheten planeras och genomförs i samarbete med ekologi- och hushållsrådgivningen.

Förväntade effekter

- Ökad förståelse för hur konsumentval påverkar samhällsutvecklingen samt förmåga att fatta välgrundade beslut om ekonomi.
- Genom att främja öppenhet och uppmuntra till att prata pengar förebygger vi ekonomiska utmaningar och bidrar till ett mer jämställt samhälle.
- En person som tar del av Marthaförbundets ekonomirådgivning har bättre förståelse för hur de egna ekonomiska valen påverkar den personliga framtiden och samhället i stort. Personen blir en mer medveten konsument och stärker sin digitala ekonomiska kompetens. Dessutom har personen kunskap om tillgängliga verktyg och var man kan hitta mer information och inspiration.

VÅRA PROJEKT

HANTERA VARDAGEN



Målgrupperna för projektet *Hantera vardagen* är personer som helt eller delvis är beroende av samhällets stöd, såsom personer som behöver hjälp för att få vardagen att fungera, personer som behöver stöd för att

integreras i arbetslivet eller studier, samt barnfamiljer.

Målsättning

Genom att öka kunskapen inom huslig ekonomi hjälper vi målgrupperna att skapa rutiner som främjar deras välbefinnande, stärker deras självförtroende och underlättar deras integrering i samhället.

Åtgärder

Vi behandlar liknande ämnen på våra kurser som är relevanta för Marthaförbundets verksamhet i övrigt. Genom att kombinera vår kompetens inom alla rådgivningsområden med kunskap om målgruppernas behov anpassar vi kurserna, så att de är relevanta och aktuella för varje målgrupp. Vi når över tusen deltagare inom vår rådgivning genom olika högkvalitativa kurser.

Förväntade effekter

- Målgrupperna har fått hjälp att skapa rutiner för en fungerande vardag.
- Kursdeltagarna har grundläggande färdigheter i att planera och genomföra en hälsosam kosthållning, bygga upp en hållbar privatekonomi och förstå hur deras val påverkar deras eget välbefinnande, såväl som miljön och andra människor.

EN EURO I TAGET

Ekonomiprojektet *En euro i taget* fortsätter att arbeta med ungas ekonomikunskaper under 2025. I projektet delar vi ut lättillgängligt, relevant och inspirerande ekonomiskt material till ungdomar under trettio år i Svenskfinland.

Målsättning

Projektet strävar efter att alla unga ska ha en stadig grund att stå på när det gäller sin ekonomi och veta hur de ska påverka sin egen situation. Att förstå den vardagliga ekonomin och vad den består av är i dag en fråga om jämlikhet.

Åtgärder

I projektet arbetar vi med ungdomars ekonomikunskaper på olika nivåer. Det inkluderar föreläsningar och workshoppar i skolor runt om i Svenskfinland, där vi når cirka 1 500 ungdomar varje år.

Förväntade effekter

- De unga som deltar i projektet kommer att känna sig mer säkra och motiverade att ta hand om sin ekonomi.
- De unga kommer att förstå hur deras konsumtion påverkar både deras egen framtid och planetens framtid.
- Den ekonomiska stressen och oron som unga kan uppleva kommer att minska, och de kommer att få konkreta verktyg att arbeta med.

EKONOMISKOLA FÖR ÅRSKURS 8 I ÖSTERBOTTEN



Ekonomiskolan startade hösten 2022 och är lillasyster till projektet *En euro i taget*. Ekonomiskolan riktar sig till årskurs åtta där förebyggande ekonomiskt arbete görs genom att dela kunskap när den behövs som mest. I årskurs åtta får många unga sitt första sommarjobb och därigenom även sin första lön, men också till exempel ett mopedkort. Det innebär att det ekonomiska ansvaret för den unga blir stort under sommaren. Projektet är ett samarbete med LokalTapiola Österbotten.

Målsättning

Ekonomirådgivarna delar med sig av viktig, rolig och intressant information på ett sätt som åttondeklassare förstår och kan ta till sig.

Åtgärder

Projektet har som målsättning att nå ut till alla åttondeklassare i de regioner som genom projektet finansieras. Det görs genom att alla skolor med en klass i årskurs åtta får en inbjudan till en större föreläsning eller distansföreläsning. Föreläsningen är en workshop som pågår i två gånger 45 minuter, där allt från inkomster till utgifter diskuteras. Eleverna får bland annat räkna ut kostnaderna för sina konsumtionsvanor och sätta upp mål för sitt sparande. Utöver workshopparna får eleverna klassrumsuppgifter och ett stödande häfte, Prata pengar, som de kan ta med sig hem.

Förväntade effekter

- Genom att nå ut till alla skolor i en specifik region får eleverna i samma årskurs lika möjlighet till relevant ekonomiskunskap oberoende av skola, hemort eller andra faktorer.
- Efter föreläsningarna får eleverna en bättre förståelse för hur privatekonomin fungerar. De förstår att deras egna val påverkar den egna ekonomin, både på kort och lång sikt, och att det aldrig är för tidigt att börja planera för framtiden.
- Projektet betonar vikten av sparande och placeringar redan i ung ålder och visar hur man kan förbättra sin ekonomiska situation innan man blir myndig. Även olika lån och krediter tas upp som en del av det förebyggande arbetet.

FLYTTA HEM



Målgruppen för projektet *Flytta hem* (08/23–07/25) omfattar unga vuxna i åldern 16–25 år med fokus på andra stadiets studerande, särskilt de som planerar en flytt eller nyligen har

flyttat till sitt första egna hem. Projektet genomförs i hela Svenskfinland. Delar av verksamheten erbjuds även online för att säkerställa en jämlik tillgänglighet oberoende av boningsort.

Målsättning

Syftet med projektet *Flytta hem* är att främja och stärka ungas välmående i ett nytt livsskede genom att erbjuda praktisk vardagskunskap för att ge de unga bättre förutsättningar att strukturera upp en välfungerande vardag.

Åtgärder

Inom projektet genomför vi tillfällen, föreläsningar, workshoppar och temadagar för att ge målgruppen den vardagskunskap de kan ha nytta av i sitt livsskede. Det kan innefatta allt från grundläggande information om att flytta hemifrån, inklusive hur man hittar en bostad, läser avtal, och skapar fungerande rutiner, till praktiska workshoppar om matlagning inom en budget, lätta recept eller planering av veckomenyer tillsammans. Vi tar även upp ämnen som klädtvätt, städning och rutiner. Materialet presenteras på hemsidan www.flytta.fi och i publikationen *Flytta hem*. Projektet deltar även aktivt i evenemang där målgruppen finns samt erbjuder kostnadsfri personlig rådgivning för att stödja ungas utveckling.

Förväntade effekter

- Målet med projektet är att skapa en stabil grund för en välfungerande vardag och ge deltagarna verktyg för att fatta hållbara beslut framöver.
- Den kortsiktiga effekten förväntas vara ökad handlingskraft och kunskap bland deltagarna.
- Den långsiktiga effekten strävar efter att marthakunskap och vardagskunskap blir en viktig del av deltagarnas liv, och sprider sig till bredare samhällskretsar.

KOMMUNIKATION & INFORMATION

Kommunikationen är en stödfunktion och har en nyckelroll inom de flesta verksamheterna på Marthaförbundet. Uppdraget är att leda, planera, utveckla och verkställa förbundets kommunikationsarbete.

Utmaningen i dag ligger i det ökande behovet av snabb och effektiv kommunikation, samtidigt som förbundets personal behöver stöd för att skriva och publicera eget material. Det görs även särskilda satsningar på medlemmarna, vilket visar sig genom riktade kommunikationsinsatser. För att kunna producera det kommunikationsmaterial som behövs och uppnå de önskade resultaten, blir det allt viktigare att prioritera långsiktiga resurser.

Några av de pågående trenderna inom kommunikation inkluderar en ökad användning av videoinnehåll, ökad betoning på interaktiv kommunikation och personlig anpassning samt en ständig närvaro på sociala medieplattformar. Marthaförbundet vill vara en trovärdig förebild för en hållbar vardag, och fortsätter arbetet att integrera ovan nämnda trender i förbundets verksamhet även år 2025.

Målsättningar

- Att skapa aktuellt, relevant och högkvalitativt innehåll i förbundets mediekanaler för att engagera medlemmar och allmänheten på ett visuellt och interaktivt sätt, exempelvis via reels, videor, intervjuer, webinarier och kampanjer.
- Att engagera och inspirera olika målgrupper genom interaktiv kommunikation. Detta kan inkludera att svara på frågor och kommentarer på sociala medier, arrangera frågestunder eller live-sändningar och skapa interaktiva utbildningsmaterial.
- Att utveckla innehållssamarbeten med olika aktörer inom mediebranschen för att dela förbundets material och budskap.
- Att använda datainsamling och analys för att skapa en personlig kommunikationsstrategi för olika målgrupper och öka synligheten för Marthaförbundets budskap.
- Att fungera som en stark opinionsbildare och samhällspåverkare för förbundets vision om en hållbar framtid.

Åtgärder

- Information och inspiration delas via förbundets alla mediekanaler.
- Material färdigställs inom ramen för rådgivnings-, projekt- och medlemsverksamheten.
- Ett medlemsbrev utkommer varje månad förutom i juli.
- Tidskriften Martha utkommer med fyra nummer och som ett matkulturmagasin med temat "Inhemska oljevaxter".
- Artiklar, bilder, poddar och videor produceras för utomstående tidningar som HBL samt i samarbete med medieaktörer som HSS Media, ÅU Media och Svenska Yle.
- Stöd ges till medlemmarna i kommunikationsfrågor.
- Regelbunden uppföljning och analys av kampanjer, sociala medier och interaktion hos målgrupperna.

Förväntade effekter

- Relevanta budskap kommuniceras till olika målgrupper och engagemanget ökar.
- Kommunikationen blir mer effektiv och relationen med medlemmarna och allmänheten utvecklas och stärks.
- Vi ser en ökad nivå av interaktivitet samt synlighet och förbundet fungerar som inspiratör, förebild och opinionsbildare.
- Den sakkunskap som förbundet delar inom hushåll, ekologi och ekonomi ses som trovärdig och relevant.
- Martha som varumärke har högt förtroende hos allmänheten och medierna.

Materialproduktion

- Tidskriften Martha: 4 tidningar + 1 matkulturmagasin
- Facebook och Instagram: 2–3 uppdateringar per dag i mån av möjlighet
- Sajten uppdateras flera gånger i veckan
- Videor på Youtube: 15–20
- Poddar på Spotify: 15–20
- Föreningsbrev: 11
- Förbundsnytt: 11
- Pressmeddelanden: cirka 3
- Uttalanden: cirka 2
- Tryckta broschyrer: cirka 5

INTERNATIONELL VERKSAMHET

Centrs Marta

Centrs Marta är en allmännyttig organisation i Lettland, som arbetar för kvinnors och barns rättigheter. Under de senaste tjugo åren har Centrs Marta hjälpt tusentals kvinnor och barn i Lettland, som utsatts för antingen våld i hemmet, människohandel eller för ekonomisk ojämlikhet och osäkerhet. I genomsnitt

hjälpes Centrs Marta omkring 400 kvinnor varje år att lämna utsatta förhållanden och arrangerar cirka 1 000 kontakter med socialarbetare, 300 möten med en psykolog och 800 juridiska konsultationer. Marthaförbundet har stöttat verksamheten ända sedan starten år 2000. Verksamheten har sin bas i Riga och har en filial i Liepaja och en i Rezekne.

PERSONALSTRUKTUR 2025

Personalstyrkan på Marthaförbundet uppgår till 10,6 årsverken

Verksamhetsledare **1**

Ekonomichef **1**

Utvecklare **1**

Organisationskoordinator **1**

Redaktions- och informationschef **1**

Kommunikatör **1**

Rådgivnings- och projektverksamhet

Hushållsrådgivare (Hantera vardagen, allmän rådgivning) **2**

Ekonomirådgivare (Hantera vardagen, allmän rådgivning) **1**

Projektårsverken inom projektet En euro i taget, Ekonomiskola **1**

Projektårsverken inom projektet Flytta hem **0,6**

Köptjänster enligt behov

VIKTIGA DATUM

Februari/mars

8.3 Kvinnodagen

18.3 Internationella återvinningsdagen

19.3 Jämställdhetsdagen

25.3 Earth Hour (jordtimmen)

April/maj

Årsmöte

Maj

Nationella fiskedagen

Juni/juli

Prideveckan

26.7 Marthas namnsdag

Augusti

Nationella svampdagen

26.8 Östersjödagen

September

1–30.9 Sparseptember

2.9 Utdelning av Fredrika Runeberg-stipendiet

4.9 Finländska matens dag

Oktober

Slow food

9.10 Den finlandssvenska matkulturdagen

November

1–30.11 Köpfri november

15.11 Nationella klädbytdagen

28.11 Köp inget-dagen

December

Julinspirerad verksamhet

Kurser, föreläsningar och evenemang listas på martha.fi. På nätet och i sociala medier uppmärksammar vi temadagar som berör våra verksamhetsområden.



Finlands svenska Marthaförbund rf, 2024

Medelhavsgatan 14 C,
00220 Helsingfors

Tfn 044 402 6884
kansliet@martha.fi/www.martha.fi

Följ oss!

