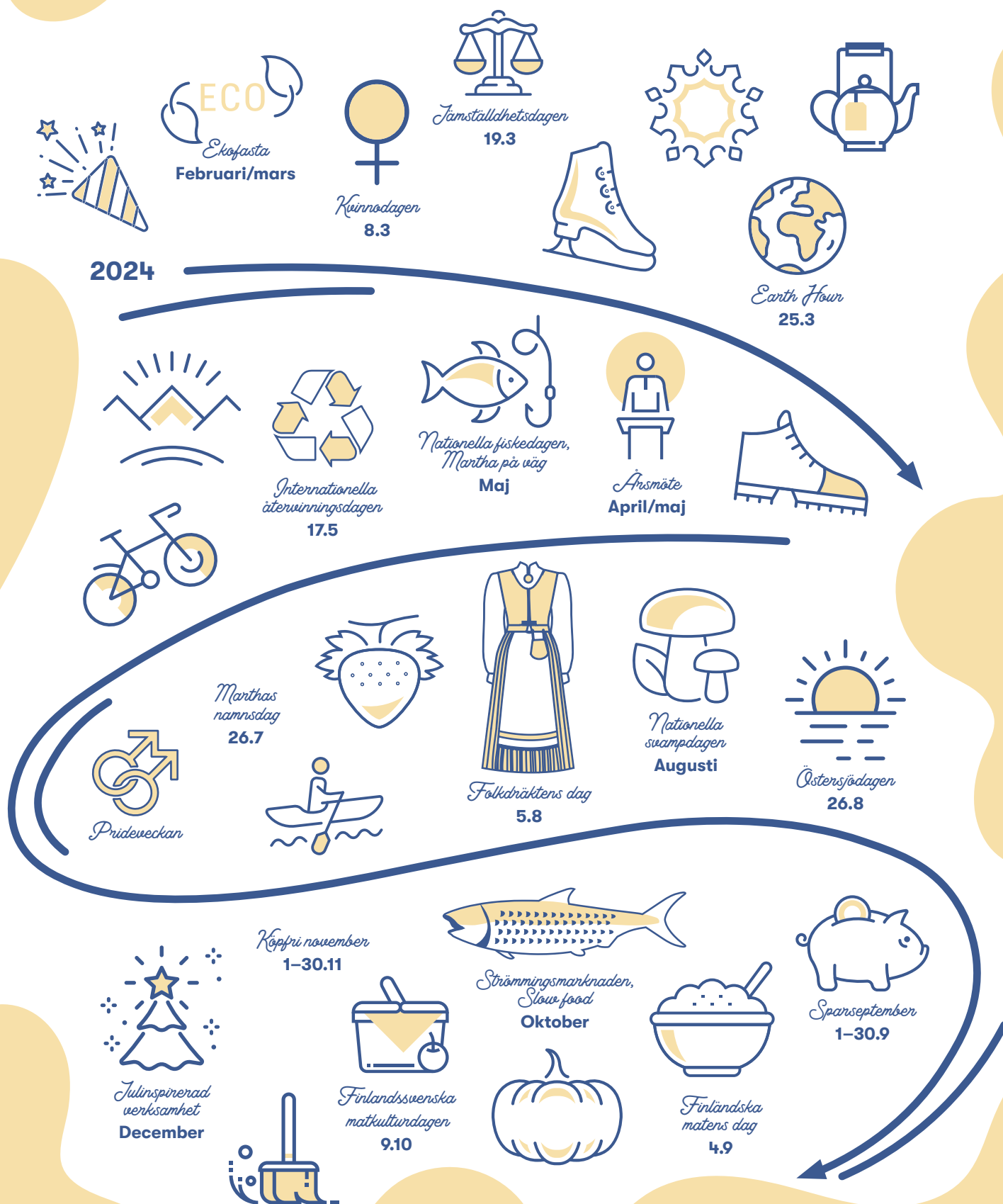


Verksamhetsplan 2024

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 tillsammans formar.

VÅRT UPPDRAG

Vi är experter på vardagen och delar med oss av vardagskunskap till 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 2024

Finlands svenska Marthaförbund är en nationell svenskspråkig rådgivarorganisation med en bred medlemskår på drygt 8 500 medlemmar. Vi vill under 2024 uppmäna till **medvetna konsumentval** för där kan vi alla påverka och göra skillnad på individ- och samhällsnivå. Vi vill under 2024 fokusera på att dela kunskap om att leva **resurssmart**, då främjar vi en mera självförsörjande livsstil och höjer därmed både individens och samhällets **resiliens**. Vi vill under 2024 fokusera på **hållbara vardagsval** för att åstadkomma den omställning som behövs för att minska förlusten av biologisk mångfald och begränsa klimatpåverkan.

Under 2024 arbetar ekologirådgivningen, hushållsrådgivningen och ekonomirådgivningen tätt tillsammans för att inom årets fokusområden skapa en fungerande och mångsidig helhet. Genom medvetna konsumentval, resiliens på individ- och samhällsnivå, hållbara vardagsval när det kommer till att minska förlusten på biologisk mångfald och klimatpåverkan bidrar vi till en bättre värld och framtid för alla.

Medlemsverksamheten står alltid i fokus i Marthaförbundet, även 2024. Vi behöver livskraftiga föreningar för att kunna vara en stark medlemsorganisation. Gemenskap, delaktighet och mångfald är nyckelorden för att vi ska uppnå ett hållbart medlemskap. Det ska vara roligt och givande att vara martha.

Marthaförbundet fyller 125 år under 2024. Jubileumsåret kommer att synas i verksamheten i huvudsak i arbetets tecken. Vi kommer i samband med årsmötet 2024 fira med en jubileumsfest. Föreningar och kretsar uppmänas komma samman och fira 125-åringen längs med året. Jubileumsåret kommer uppmärksammas i våra mediekkanaler.

Inom hushållsrådgivningen är målet under 2024 att dela kunskap, inspirera samt erbjuda råd och redskap för en hållbar och hälsosam vardag. Ekologirådgivningen fokuserar på att dela kunskap om hållbara och medvetna val i vardagen. Ekonomirådgivningen arbetar för att alla, oberoende av bakgrund, ska ha tillräcklig kunskap om sin ekonomi.

Vår nya strategi 2023–2025 ska bära oss framåt och genomsyra verksamheten 2024. Vi känner ett ansvar för att bygga en hållbar vardag för kommande generationer. 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 2024

- **Vi inspirerar till mer medvetna konsumentval.**
- **Vi tänker resurssmart och bygger resiliens.**
- **Vi fokuserar på hållbara vardagsval och produkter.**

Vardagspåverkan och medvetna konsumentval

Alla kan påverka genom medvetna konsumentval. Genom att aktivt ta beslut kring vad du köper samt 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 lära dig något om ditt köpbeteende. Att du dessutom börjar reflektera kring begrepp som konsumentmakt och delningsekonomi har en betydelse för hur konsumtionskulturen kommer att se ut.

Vi kan alla genom vår konsumtion – eller genom att låta bli att konsumera – visa vad vi vill stödja i samhället. Konsumtionen sätter sina spår nationellt och globalt. Genom medvetna konsumentval gör vi skillnad på individ- och samhällsnivå.

I verksamheten samarbetar ekonomirådgivningen med ekologirådgivningen och hushållsrådgivningen. Arbetet tillsammans blir en viktig insats för att skapa en hållbar vardag och en stabil ekonomi. Konsumentval är en del av alla våra vardagliga beslut och tillsammans kan vi påverka framtiden redan i dag.

Resurssmarthet och resiliens

Vi har levt över våra tillgångar alltför 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 olika aktörer och dem som arbetar med och är förebilder för hållbara matval stöder förbundet större aktörer. Vi erbjuder konsumenten enkla verktyg för hållbara lösningar. Marthaförbundet har sedan länge arbetat för att stödja den enskilda individen och det 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 jord till bord ska genomsyras av säsongstänk. Om uppskattningen för maten ökar 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 köpbeteendet och återvinna material. I Finland är återvinningen av textilier fortfarande i sin vagga 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

Marthaförbundets medlemmar är registrerade marthaföreningar och distrikt, direktmedlemmar, understödjande medlemmar och sammanslutningsmedlemmar, Ungmartha samt förbundets hedersordförande och hedersmedlemmar. Huvudsyftet med medlemsverksamheten är att stödja medlemmarna i föreningsarbetet.

År 2024 står föreningarnas livskraft i fokus för att Marthaförbundet även framöver ska vara en stark medlemsorganisation. Föreningarna får stöd att vårda medlemskapet och utveckla verksamheten för att kunna attrahera nya medlemmar. Ett hållbart medlemskap kan för den enskilda marthan uppnås via ett givande föreningsliv som bygger på gemenskap, delaktighet och mångfald och med roliga aktiviteter på programmet.



Åtgärder

- Vi synliggör den goda marthagemenskapen och betydelsen av ett givande föreningsliv i våra olika mediekkanaler för att väcka intresset för Martha.
- Vi deltar i ett publikevenemang där vi inte tidigare har medverkat för att öka synligheten hos nya målgrupper.
- För att tydliggöra de långsiktiga målen med medlemsverksamheten skapar vi en sjuårsplan med avstamp i Marthaförbundets strategi för åren 2023–2030.
- Vi stöder föreningarna med kunskap och inspiration för deras verksamhet och erbjuder verktyg för deras synlighet i olika kanaler.
- Vi utvecklar den nuvarande årsklockan och gör upp en kommunikationsplan. På så sätt får föreningarna detaljerad information om viktiga händelser, till exempel inför föreningarnas årsmöten och föreningsstödsansökningar.
- Vi erbjuder alla lokala föreningar evenemangs-inredning, såsom tält och dylikt. Likaså skapar vi åtkomligt kommunikationsmaterial, såsom logor och olika dokumentbottnar. Detta gör vi som en del av en större satsning på ett enhetligt utseende med avseende på evenemang, marknadsföring och kommunikation.
- Vi fortsätter att utveckla Marthas inspirationspaket utgående från medlemmarnas tidigare önskemål och aktuella behov.
- Vi ger föreningarna flexibelt stöd och närvaro i regionerna. Stödet ger vi genom föreningsbrev, telefonrådgivning och e-postrådgivning. Utifrån behovet gör vi besök i marthaföreningarna, till exempel för att dela med oss av föreningskunnande.
- Marthaförbundets medlemsteam, nya verksamhetsledare och nya ordförande syns ute bland föreningarna på olika träffar och evenemang där vi tillsammans skapar gemenskap och inspirerar varandra.
- Vi månar om den regionala fördelningen av dessa evenemang och följer upp den regelbundet. Årets största marthaevenemang är fortsättningsvis årsmötet som år 2024 lyfter fram Marthaförbundets 125-årsjubileum.
- Vi inleder arbetet med att utveckla ett gränslöst medlemskap. Finansiering ansöks för ett treårigt projekt med början år 2025. Målsättningen är att utveckla ett nordiskt samarbete och utvidga det direkta medlemskapet till hela Norden. I målsättningen ingår också att utveckla mångfalden i föreningarna. Projektet görs i samarbete med andra organisationer samt mellan förbundet och föreningarna.

Förväntade effekter

- Synligheten för föreningarna ökar i Marthaförbundets olika kanaler och mångfalden i medlemskapet lyfts fram. När föreningslivet synliggörs riktar vi oss till nya potentiella medlemmar.
- De förtroendevaldas arbete i föreningarna underlättas genom årsklockan och den förtydligade kommunikationen. Ett enhetligt utseende gör det lättare för medlemmarna att känna igen Martha, vilket underlättar för föreningar i deras verksamhet.
- Genom träffar och besök lär föreningarna känna förbundets medlemsteam och den nya ledningen. Nätverk etableras och nya samarbeten och ny inspiration för verksamheten uppstår. Livskraftiga föreningar med inspirerande och mångsidig verksamhet attraherar nya medlemmar och engagerar befintliga medlemmar.
- Genom det nya nordiska projektet initierar vi ett starkare gränsöverskridande samarbete lokalt och i Norden samt mellan personer med olika bakgrund. Genom att bredda underlaget för Martha står organisationen starkare och mångsidigare i framtiden.

VERKSAMHETSSPECIFIKA MÅLSÄTTNINGAR

HUSHÅLLSRÅDGIVNING

Målsättningen med hushållsrådgivningen är att dela med sig av kunskap, inspirera samt 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 göra hälsosamma, högkvalitativa och medvetna val i vardagen. Vi vill se maten som en sammanhållande länk mellan människor. Att äta tillsammans, samlas kring grytorna och laga mat tillsammans är lärorikt. Det ger oss en större förståelse för varandra och för miljön. 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 för att skapa en hållbar vardag – både i dag och i framtiden. Konsumentval är en del av alla våra vardagliga beslut och tillsammans kan vi påverka vårt samhälle positivt.

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 förankrar vi 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 med oss av vår kärnkunskap.

- Vi vill intensifiera vårt samarbete både inom den privata och inom den offentliga sektorn, också utanför landets gränser.
- Vi fastställer interna målsättningar för rådgivningen tillsammans med rådgivare från de övriga verksamhetsområdena ekologi och ekonomi två gånger per år baserat på analys av efterfrågan.
- Vi fortsätter att ge 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 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, och går hand i hand med vår strategi, där vi efterlyser fler nordiska kontakter.

Förväntade effekter

- Vi delar med oss av 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 den offentliga och den privata sektorn.
- Vi räknar antalet deltagare på våra kurser och föreläsningar, antalet besökare på sociala medier, evenemang och mässor och efterfrågar feedback för att ständigt utveckla verksamheten.

MATKULTURDAGEN

Den finlandssvenska matkulturdagen uppmärksammas och firas åter den 9 oktober, temat är "Kulturspannmål".

MATKULTURMAGASINET 2024

Matkulturmagasinet 2024 är förbundets satsning på att lyfta fram nya och bortglömda kulturspannmål, såsom emmer, spelt och enkorn. Vi delar ut matkulturmagasinet för år 2023, "Marthas köksträdgård", bland annat i skolornas hushållsundervisning, på matlagningskurser och på olika evenemang där Marthaförbundet deltar och går i bräsch för en klimatsmart vardag.

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

- Vi delar med oss av kunskap och uppmuntrar till val som är klimatsmarta, kemikaliesmarta och som gynnar biologisk mångfald.
- Vi uppmuntrar till ett mera cirkulärt tänk i konsumtions- och avfallsfrågor. I verksamheten får deltagarna verktyg och förståelse som ger dem möjlighet att göra en omställning i sin vardag, att se över sin personliga konsumtion samt att uppskatta och vårda det som de redan äger och har.
- Genom konkreta förslag och praktiska övningar lyfter vi fram olika alternativ och möjligheter att göra bättre val. Kunskapen ger en större förståelse för effekterna av de egna valen i vardagen och hur de påverkar livskvaliteten för kommande generationer.

EKONOMIRÅDGIVNING

Genom dina konsumtionsbeslut påverkar du din omvärld. Oavsett bakgrund ska alla ha tillräcklig kunskap för att kunna fatta bra beslut om sin ekonomi. En förståelse för ekonomin ökar även resiliensen i samhället. Vi delar upp kunskap om vardagsekonomi i små portioner – den ska vara enkel att ta till sig. Inom rådgivningen betonar vi interaktivitet med mottagaren genom att producera material med praktiska övningar som stöder inläringen. Vi delar materialet via lättillgängliga och aktuella kanaler som passar alla målgrupper oberoende av ekonomisk bakgrund. Vi lyfter fram 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 för en hållbar konsumtion.

Vårt motto är att våga prata pengar. Vi lyfter bland annat fram ett fyrkdejtsspel för att på ett lättsamt och positivt sätt uppmuntra till att prata om pengar.



Åtgärder

- Vi fastställer interna målsättningar för rådgivningen två gånger per år baserat på efterfrågan. Till rådgivningen kan till exempel höra föreläsningar, beställda kurser, workshoppar, öppna kurser, personlig rådgivning, podcaster, artiklar, materialproduktion och innehåll till sociala medier.
- Vi vidareutvecklar och ordnar en flerdeltad kurshelhet både under vårterminen och höstterminen.
- Vi håller öppna kurser inom aktuella teman, också dem i samarbete med ekologi och hushåll.
- Vi fortsätter att producera sidomaterial och övrigt stödjande och motiverande innehåll till föreläsningar och kurser i nära samarbete med den övriga rådgivningen. Vi utreder även möjligheten till studiepoäng.
- Vi strävar efter en ökad interaktion och spridning via sociala medier. Kommunikationen sker främst via TikTok, Instagram och podcaster.
- Verksamheten planeras och genomförs i samverkan med ekologi- och hushållsrådgivningen.

Förväntade effekter

- Ökad förståelse för hur man som konsument påverkar samhällsutvecklingen samt förmåga att göra välgrundade konsumentval.
- Genom att uppmuntra till att prata om pengar förebygger vi ekonomiska utmaningar och bidrar till ett mer jämställt samhälle.
- En person som tar del av Marthaförbundets ekonomirådgivning har en förståelse för hur de egna ekonomiska valen påverkar den egna framtiden och vilka samhällseffekter besluten kan ha. Dessutom har personen kunskap om vilka verktyg som erbjuds och vet varifrån man får mera information och inspiration.

PROJEKT

HANTERA VARDAGEN



Målgrupperna för projektet är personer som helt eller delvis är beroende av samhällets stöd: arbetslösa, personer med psykiska utmaningar, nyfinländare, personer med funktionsvariation och barnfamiljer.

Målsättning

Genom ökad kunskap i huslig ekonomi hjälper vi målgrupperna att skapa rutiner som stöder välbefinnandet, stärker självförtroendet och främjar integreringen i samhället.

Åtgärder

- Projektets tematik syns i förbundets verksamhetsplan. Vi lyfter också fram liknande ämnen på våra kurser inom den allmänna rådgivningen.
- Vi utreder målgruppernas behov och kunskapsnivå och formar delvis våra kurser och föreläsningar efter resultaten från intervjuerna med våra målgrupper och samarbetspartner.
- Med sakkunskap inom samtliga rådgivningsområden kombinerad med information om målgruppernas behov skräddarsyr vi relevanta och aktuella helheter för respektive målgrupp.
- Vi når över tusen deltagare inom vår rådgivning genom olika högkvalitativa kurstillfällen.

Förväntade effekter

- Målgrupperna har fått hjälp att skapa rutiner för att upprätthålla en fungerande vardag.
- Kursdeltagarna har grundläggande färdigheter i att planera och genomföra en hälsosam kosthållning, bygga upp en hållbar privatekonomi och förståelse för hur de egna valen påverkar det egna välbefinnandet, men också miljön och andra människor.

EN EURO I TAGET

Ekonomiprojektet "En euro i taget" fortsätter under 2024 att arbeta med ungas ekonomikunskaper. I projektet delar vi ut lättillgängligt, relevant och inspirerande ekonomimaterial till unga under trettio år i Svenskfinland.

Målsättning

Projektet strävar efter att alla unga ska ha en jämn och stadig grund att stå på när det kommer till den egna ekonomin och veta vad de ska göra och hur de ska agera för att påverka den egna situationen. Att förstå den vardagliga ekonomin och vad den innefattar är i dag en jämlikhetsfråga.

Åtgärder

- I projektet arbetar vi med ungas ekonomikunskaper på många plan. Det sker genom föreläsningar och workshoppar i skolor i Svenskfinland (främst gymnasier) och vi når ungefär 1 500 ungdomar varje år.
- Via projektet diskuterar vi aktuella samhällsliga frågor och gör dem lättförståeliga för unga. Under namnet "Prata pengar" laddas i genomsnitt en video i veckan upp med aktuella och/eller faktabaserade teman på plattformen Tiktok.
- Poddar görs också i samarbete med Prata pengar-podden, som erbjuder unga vardagligt prat om ekonomi.
- Projektet finns där unga finns. Tillsammans skapar de olika online-kanalerna och de fysiska träffarna en hållbar helhet där unga kontinuerligt kan ta del av ekonomirådgivning.

Förväntade effekter

- De unga som deltar i projektet känner sig säkrare och mer motiverade att ta hand om sin ekonomi.
- De unga förstår hur konsumtionen påverkar både deras egen och planetens framtid.
- De unga som följer projektet på Tiktok eller via podden får kontinuerligt smarta ekonomitips som inspirerar dem att exempelvis börja spara och investera.
- Den ekonomiska stressen och oron som unga kan uppleva minskar och de får 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

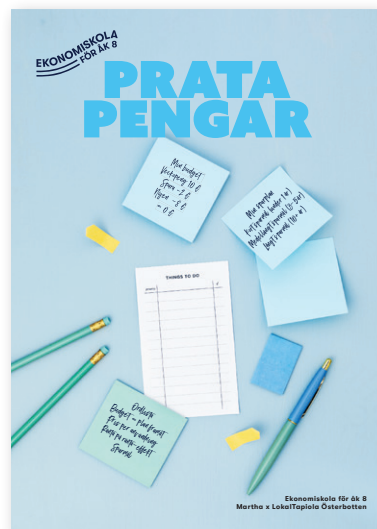
som mest. I årskurs åtta får många unga sitt första sommarjobb och därigenom även sin första lön, men också till exempel ett mopedkort. Det innebär att det ekonomiska ansvaret för den unga växer sig stort över en sommar. Projektet är ett samarbete med LokalTa-piola Österbotten.

Målsättning

Ekonomirådgivarna delar med sig av viktig, rolig och intressant information på ett sätt som en åttondeklassare förstår och kan ta till sig. Ekonomiskolan är ett pilotprojekt, under 2024 finns möjligheten att starta upp projektet även i andra regioner i Svenskfinland.

Åtgärder

- Projektet har som målsättning att nå ut till alla åttondeklassare i de regioner som genom projektet får finansiering. 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 på två gånger 45 minuter, där allt från inkomster till utgifter diskuteras. Eleverna får till exempel själva räkna ut kostnaderna för sina konsumtionsvanor och sätta upp mål för sitt sparande.
- Beroende på ort varierar antalet tillfällen och antalet elever som nås via projektet. I Österbotten hålls minst tio föreläsningar. Målsättningen är att sammanlagt tusen elever får ta del av projektet. Utöver workshopparna får eleverna klassrumsuppgifter och ett stödjande häfte, ”Prata pengar”, som de får ta med sig hem.



Förväntade effekter

- Ekonomiundervisning ingår inte i de högre klasserna i grundskolan, trots att eleverna mera självständigt börjar hantera pengar. Genom att nå ut till alla skolor i en specifik region får eleverna i samma årskurs jämnt ta del av behövliga och relevanta ekonomikunskaper oberoende av skola, hemort eller andra faktorer.
- Efter föreläsningshelheten har eleverna fått en inblick i hur privatekonomin fungerar. De förstår hur deras egna val påverkar den egna ekonomin, såväl kort- som långsiktigt, och de förstår att det aldrig är för tidigt att börja planera framtiden.
- Projektet betonar vikten av sparande och placeringar redan i ung ålder och visar hur man kan förbättra sin ekonomi redan innan man blivit myndig. Även olika lån och krediter tas upp som en del av det förebyggande arbetet.

FLYTTA HEM

Projektet "Flytta hem" arbetar i förebyggande och stödjande syfte med att erbjuda unga den vardagskunskap de behöver när de ska flytta till ett eget hem. Målgruppen, unga vuxna i åldern 16–25 år i Svenskfinland, saknar ibland den kunskap som behövs för en självständig och välfungerande vardag i dag och i framtiden. Med fokus på andra stadiets studerande genomför projektet workshoppar främst i yrkesskolor. Studietiden innebär många förändringar, ansvarstagande och nya rutiner i vardagen i samband med flytt och steget ut i vuxenlivet.

Målsättning

Ökad kunskap kring färdigheter och hälsosamma rutiner i vardagen lägger en viktig grundsten för det allmänna välbefinnandet i dag och framöver.



Åtgärder

- Vi genomför projektet "Flytta hem" i hela Svenskfinland genom att arrangera olika tillställningar med tydliga teman kopplade till vardagskunskap i hemmet. Den främsta plattformen är undervisningsenheter, vilket möjliggör att unga på ett jämlikt sätt kan ta del av kunskapen.
- Vi genomför verksamheten som ett samarbete mellan rådgivarna på Marthaförbundet och erbjuder de unga bred kunskap kring till exempel städrutiner, matlagning och ekonomiska beslut.
- Genom praktiska övningar och stödjande material lär vi ut hur man tar hand om sig själv på ett hållbart sätt i hemmet. En enskild tillställning kan genomföras som en workshop, temadag eller kurshelhet, till exempel en budgeteringsworkshop, ett matlagningstillfälle och en föreläsning om vad man bör känna till då man flyttar hemifrån.
- Vi producerar material som stöder helheterna, såsom poddavsnitt, innehåll i sociala medier och evenemang, samt ger personlig rådgivning vid behov.

Förväntade effekter

- Deltagarna får ökade kunskaper och stärkt självkänsla att ta om hand om sig själva och sitt eget hem.
- Den nya kunskapen bidrar till handlingskraft i olika vardagssituationer.
- Kursdeltagarna kan vid behov själva söka upp tilläggsinformation som stöder den egna livssituationen.
- Kunskapen sprider sig som ringar på vattnet när den blir en del av vardagen och förs vidare till andra unga.
- Marthakunskap, vardagskunskap, bär genom hela livet. Kan vi så ett frö hos dagens unga och lära dem vikten av vardagskunskap och hur de kan ta hand om sig själva och sin omgivning kan de luta sig mot denna kunskap hela livet ut.

SKOLMAT 2.0

Enligt en undersökning (Institutet för hälsa och välfärd 2021) äter högst en tiondel av skoleleverna dagligen en näringsmässigt fullvärdig skollunch. Färsta siffror visar att var tredje åttonde- och niondeklassare låter bli att äta skollunch minst en gång per vecka.

Skolbispisningen bidrar till en hälsofrämjande uppväxt för barn och ungdomar. Om eleverna inte äter skolmat finns det risk för att de går miste om mångsidig och hälsosam mat som även bidrar till samvaro, välbefinnande, bättre inlärningsförmåga och ork. Den skollunch som slopas ersätts också troligen av ett sämre och onyttigare alternativ. Det kan leda till en sämre hälsa framöver.

Orsakerna till att eleverna väljer bort skolmaten är många. Utöver smaken på maten kan även oljud i matsalen, brådska och grupstryck leda till matvägran. Även fördomar och negativa attityder till skolmåltiden förekommer.

Målsättning

- Vi vill få både eleverna och de vuxna i skolan att äta och uppskatta skolmåltiden.
- Tillsammans med skolan och föreningen Hem och skola vill vi skapa en lugn och trygg skolmiljö för alla.
- Vi vill introducera nudging, eller puffning på svenska, som ett verktyg i skolmiljön för att få de elever som i dag inte äter skollunch att börja äta den. Puffning innebär att med hjälp av insikter från mänskligt beteende utforma små ”knuffar” för att hjälpa konsumenten att göra val i sin vardag, såväl medvetna som omedvetna. Dessa knuffar har använts till exempel av myndigheter för att uppmuntra folk att röra på sig, minska elkonsumtionen samt spara pengar. Puffning har även visat sig vara effektivt i bland annat matsituationer för att minska ohälsosamt ätande och för att göra mer hållbara matval.

Åtgärder

- Vi skapar nya livskraftiga matlag i skolorna och ser till att de redan befintliga upprätthålls.
- Vi arbetar för en lugn och trivsamt matsal.
- Vi skapar system för kontinuerlig dialog mellan elever, skolbispisning och lärare.
- Vi bidrar med kunskap om de nationella skolmatsrekommendationerna och de nya näringsrekommendationerna (utkommer sommaren 2023).
- Vi erbjuder exempel på en aptitlig måltid genom en estetiskt tilltalande uppläggning av maten.

Förväntade effekter

- Bättre ork och koncentration hos eleverna tack vare ökad uppskattning av skolmaten och mellanmålsserveringen i skolorna.
- Bättre hälsa för eleverna.
- Ökad kunskap om maten – råvarornas ursprung, hälsosam och hållbar kost.
- Ökad yrkesstolthet hos kökspersonalen.
- Minskat matsvinn.

KOMMUNIKATION OCH INFORMATION

Kommunikationen är en stödfunktion för så gott som alla verksamheter inom Marthaförbundet. Uppdraget är att leda, planera, utveckla och verkställa förbundets kommunikationsarbete.

Utmaningen i dag är ett ökande behov av en allt snabbare och bredare kommunikation, samtidigt som förbundets personal behöver stöd för att skriva och publicera eget material. Därtill görs särskilda satsningar på medlemmarna, vilket syns som riktade kommunikationsinsatser. Marthaförbundet vill vara en trovärdig förebild för en hållbar vardag. För att producera det kommunikationsmaterial som efterfrågas och uppnå de förväntade resultaten blir det allt viktigare att prioritera långsiktighet när det gäller resurserna.



Målsättning

- Vi skapar aktuellt, relevant och högkvalitativt innehåll i förbundets mediekanaler.
- Vi engagerar och inspirerar målgrupperna.
- Vi delar med oss av innehåll om hållbara val och klimatsmarta lösningar i vardagen.
- Vi utvecklar innehållssamarbetet med andra tidningar för att dela med oss av förbundets material och budskap.
- Vi är en stark opinionsbildare och samhällspåverkare för förbundets vision.
- Vi mäter och följer upp kommunikationsarbetet i syfte att få ökad synlighet och kunna fungera som inspiratör, förebild och opinionsbildare.

Åtgärder

- Vi delar information och inspiration via förbundets alla mediekanaler.
- Vi färdigställer material inom ramen för rådgivnings-, projekt- och medlemsverksamheten.
- Vi producerar ett medlemsbrev som utkommer varje månad förutom i juli.
- Tidskriften Martha utkommer med fyra nummer och som ett matkulturmagasin med temat "Kulturspannmål".
- Vi producerar artiklar och bilder för utomstående tidningar, såsom Hufvudstadsbladet och Hem & Skola.
- Vi ger medlemmarna stöd i kommunikationsfrågor.
- Vi följer regelbundet upp och analyserar kampanjer, sociala medier och interaktion hos målgrupperna.

Materialproduktion

- Tidskriften Martha 4 tidningar + 1 matkulturmagasin
- Facebook, Instagram: Tiktok, Reels 2–3 uppdateringar per dag i mån av möjlighet
- Sajten uppdateras flera gånger i veckan
- Videor på Youtube 15–20
- Poddar på Spotify 20–25
- Föreningsbrev 11
- Medlemsnytt 11
- Nyhetsbrev 4
- Pressmeddelanden cirka 7
- Uttalanden cirka 3
- Tryckta broschyrer cirka 10

Förväntade effekter

Marthaförbundet är ett starkt varumärke och har ett högt förtroende hos allmänheten och medierna. Som betrodd rådgivningsorganisation blir vi ofta kontaktade i olika frågor och förväntas komma med snabba svar och konkreta lösningar. Den sakkunskap som förbundet delar med sig av inom hushåll, ekologi och ekonomi uppfattas som tillförlitlig och relevant. Hur bygger man förtroende och hur mäter man samhällspåverkan? För det krävs undersökningar och mätbara målsättningar.

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 som utsatts för våld i hemmet, människohandel eller för ekonomisk ojämlikhet och osäkerhet. I genomsnitt hjälper Centrs Marta

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

PERSONALSTRUKTUR 2024

Personalstyrkan på Marthaförbundet uppgår till 14 årsverken

Verksamhetsledare **1**

Ekonomichef **1**

Administrativ assistent/utvecklare **1**

Organisationskoordinator **1**

Redaktions- och informationschef **1**

Kommunikatör **1**

Rådgivnings- och projektverksamhet

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

Ekologirådgivare (Mindre miljöbelastning i vardagen, allmän rådgivning) **1**

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

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

Projektårsverken inom projektet Flytta hem **2**

Projektårsverken inom projektet Skolmat 2.0 **1**

Köptjänster enligt behov

VIKTIGA DATUM

Februari/mars Ekofasta

8.3 Kvinnodagen

19.3 Jämställdhetsdagen

25.3 Earth Hour

April/maj Årsmöte

17.5 Internationella återvinningsdagen

Maj Nationella fiskedagen, Martha på väg

Juni/juli Prideveckan

26.7 Marthas namnsdag

Augusti Nationella svampdagen

5.8 Folkdräktens dag

26.8 Östersjödagen

September Spillveckan, Hållbarhetsveckan

1–30.9 Sparseptember

2.9 Utdelning av Fredrika Runeberg-stipendiet

4.9 Finländska matens dag

Oktober Strömmingsmarknaden, Slow food

9.10 Den finlandssvenska matkulturdagen

1–30.11 Köpfri november

16.11 Nationella klädbytdagen

27.11 Köp ingenting 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, 2023

Medelhavsgatan 14 C,
00220 Helsingfors

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

Följ oss!

