

## MARTHAFÖRBUNDETS VERKSAMHETSPLAN 2015

### MARTHAFÖRBUNDETS VISION

är ett samhälle som genomsyras av en hållbar livsstil genom medvetna val i vardagen

Finlands svenska Marthaförbund rf har en aktiv och mångsidig verksamhet. Efterfrågan på vår kurs- och projektverksamhet är stor, speciellt inom hushåll och ekonomi. Vi ser tydligt hur den ekonomiska situationen påverkar allt fler grupper i samhället och att allt fler personer riskerar att slås ut på grund av otillräckliga resurser. Detta gäller också otillräckliga resurser i förmågan att hantera sin vardag. Samtidigt kan vi paradoxalt nog se att medvetenheten om konsumentfrågor ökar hos allmänheten, vilket visar sig i ett intresse att lära sig mera om det som Marthaförbundet ger rådgivning i och information om.

Inom medlemsverksamheten ser vi att behovet av gemenskap och nätverk ger förbundet nya medlemmar i alla åldrar. Engagemanget för de frågor som Marthaförbundet arbetar för är starkt, vilket också syns i ett ständigt stigande antal direkta medlemmar, som vill stödja förbundets verksamhet utan att aktivt delta i regelbunden verksamhet.

Den ekonomiska situationen i samhället avspeglar sig också i den finansiering som förbundet kan erhålla. Statsandelarna för verksamheten har de senaste åren minskat något, vilket syns i att statsandelarna i dag utgör endast cirka 20 procent av finansieringen. Bidrag från fonder och stiftelser, liksom från Penningautomatföreningen RAY samt EU-finansiering, utgör en allt större del av finansieringen. Detta innebär att verksamheten blir beroende av projektfinansiering och att verksamheten utvärderas regelbundet. Därför är det viktigt att förbundets verksamhet svarar på samhällets behov och att vi kan agera proaktivt.

Vi vill ge fler personer möjlighet till en dräglig vardag. Därför fokuserar förbundet på olika möjligheter och alternativ för en hållbar livsstil i ett samhälle där den ekonomiska situationen är utmanande, såväl för individ som för samhälle. Behovet av tredje sektorns arbete ökar då den offentliga sektorn inte längre kan erbjuda samma service som tidigare. Devisen för vårt arbete år 2015 är därför *Martha gör gott*.

#### Mål för verksamheten år 2015 är att:

- arbeta för en minskad utslagning i samhället genom verksamhet som stödjer och erbjuder verktyg för en bättre vardagshantering – under året går vi speciellt in för en ökad satsning på unga och ekonomi/vardagshantering samt barnfamiljer och deras vardag,
- stärka och öka konsumenternas livsmedels- och matlagningskunskaper, bidra till ett minskat matsvinn och därigenom åstadkomma en attitydförändring och en ökad förståelse för matkultur och matproduktion,

- lyfta upp frågor om de äldre i samhället till diskussion och som ett fokusområde under de närmaste åren,
- utarbeta modeller för att mera systematiskt involvera frivilliga i förbundets verksamhet,
- genom kampanjer och kurser synliggöra kopplingen mellan hälsa, mat och välmående samt väcka intresse för vardagsmotion och rörelse och därtill skogen som skaffereri,
- öka medvetenheten kring vår konsumtion, särskilt av kläder, och väcka intresse för en minskning av avfallsberget och ökad återanvändning,
- stödja föreningarna i deras verksamhet,
- öka antalet direkta medlemmar,
- aktivt delta i samhällsdebatten och bidra till en ökad aktivitet på sociala medier,
- förverkliga ett jämställdhetsprogram utgående från Marthaförbundets jämställdhetspolicy och lyfta upp aktuella jämställdhetsfrågor till diskussion,
- fortsätta arbetet med att förenkla organisationsstrukturen,
- fördjupa och bredda samarbetet med andra organisationer,
- trygga en långsiktig finansiering.

## RÅDGIVNINGS- OCH PROJEKTVERSAMHETEN

### Rådgivningsverksamheten

Syftet med vår utbildnings- och rådgivningsverksamhet är att påverka både stora och små val i vardagen genom att erbjuda stöd, sprida kunskap samt erbjuda färdigheter och skapa utrymme för nya attityder för en mera hållbar livsstil. Vi vill öka medvetenheten om vilka konsekvenser konsumtionen har för ekonomin, hälsan och miljön. Rådgivningsverksamheten bygger på tre huvudområden: hushåll, ekonomi och konsumtion samt ekologi/miljöhänsyn i vardagen. Under år 2015 vill vi dels utnyttja den rådgivningsverksamhet som sker i mötet med andra människor, dels använda oss av de otaliga möjligheter som sociala medier erbjuder.

**Hushållsrådgivningen** har som mål att:

- erbjuda praktiska och konkreta färdigheter i vardagshantering,
- sprida Marthaförbundets matvision och genom den öka medvetenheten om en måttlig och hälsosam matkonsumtion genom att lyfta upp säsongsmat, matsvinn och matlagningskunskaper,
- sprida information om matlagning, näring och hemvård genom att aktivt delta i matmarknader och mässor samt medverka i olika medier, videoklipp och podcasts,
- lyfta upp den finlandssvenska matkulturdagen som årligen firas den 9 oktober. År 2015 är målet att utveckla hela konceptet kring själva matkulturdagen och materialet i anslutning till denna. Temat är potatis.

**Ekonomi- och konsumentrådgivningen** har som mål att:

- lyfta upp frågor om konsumentens rättigheter och synliggöra den ekonomiska aspekten inom förbundets verksamhet och olika projekt,
- utveckla material på nätet som synliggör nyttan av en ekonomiskt hållbar livsstil,

- år 2015 speciellt göra en insats för ungdomars och unga vuxnas möjligheter att hantera sin vardag och ekonomi genom att utveckla materialet och föreläsningarna/workshoparna kring *Vardagsfix om pengar* och erbjuda en ökad kursverksamhet.

**Ekologirådgivningen** har som mål att:

- på ett pedagogiskt och inspirerande sätt öka medvetenheten om frågor kring miljöhänsyn i vardagen,
- erbjuda och ansvara för kampanjer, såsom #marthadråråtskogen och #klädbytdagen, vilka synliggör/lyfter upp/sprider kunskap om en mera hållbar livsstil,
- år 2015 speciellt belysa vår textilkonsumtion genom att arrangera workshopar inom ramen för projektet *Garderoben* (delvis i samarbete med Marttaliitto).

### Projektverksamheten

Tack vare vår projektverksamhet kan vi rikta insatser mot dem som behöver vårt stöd, lyfta upp frågor och teman som vi anser viktiga samt utveckla vår rådgivningsverksamhet genom att få in nytt kunskande och nytt material. Eftersom projektverksamheten helt och hållet bygger på extern finansiering, revideras verksamheten alltid utgående från erhållen finansiering.

Verksamheten *Hantera vardagen* har som syfte att ge kunskap och redskap för att hantera vardagen och därigenom förebygga utslagning och hälsa på individ- och familjenivå samt främja integrering i samhället av sådana grupper som annars löper risk för marginalisering. År 2015 ligger tyngdpunkten på:

- en ökad fokusering på unga och vardagshantering, speciellt unga och deras ekonomi,
- att erbjuda verksamhet till de grupper i Svenskfinland som behöver stöd, erbjuda parallella grupper för barnfamiljer, så att barnen kan vara med samt ett fortsatt gott samarbete med kommunala invandartjänster och mottagningscentraler.

Projektet *Tack för maten* (2013–2015) har som syfte att engagera de privata svenskspråkiga daghemmen i Svenskfinland och i våra språköar för att utveckla måltiden och bespisningsverksamheten. Under år 2015 är målsättningen att:

- utveckla workshopar för daghemspersonalen och därigenom inspirera till Sapere-metoden,
- arbeta i 10–15 privata daghem, däribland Åbo, Björneborg och Östra Nyland,
- följa upp hur de daghem som har varit med i projektet har fortsatt med sin verksamhet,
- utveckla inspirationsmaterial till daghem och förskolor.

Projektet *Svinnkampen* inleds i januari om finansiering erhålls. Målet med projektet är att:

- stärka och öka konsumenternas livsmedels- och matlagningskunskaper, inspirera dem till att utnyttja hela råvaran samt att ta tillvara och laga god mat på rester,
- väcka diskussion om matsvinnet och därigenom åstadkomma en attitydfostran och en ökad förståelse för matkultur och matproduktion,

- få konsumenterna att inse vikten av en ökad resurseffektivitet liksom hur ett minskat matsvinn ger ett minskat ekologiskt fotavtryck samt att påverka de stora butikskedjorna i syfte att minska matsvinnet även inom denna del av livsmedelskedjan.

Projektet *Soseista soppaan* inleds våren 2015 om finansiering erhålls från RAY. Projektet är ett samarbetsprojekt med Marttaliitto där barnfamiljer står i fokus.

I samarbete med de övriga rådgivningsorganisationerna inleds ett projekt med fokus på förhindra utslagning av unga, ifall att finansiering från Undervisnings- och kulturministeriet erhålls.

Under år 2015 inleds planeringen och sonderingen av samarbetspartner för ett projekt med målgruppen seniorer. Likaså utreds möjligheter till regionala projekt med vår rådgivningsverksamhet i fokus.

Enligt behov och inom ramen för rådande möjligheter förverkligar vi under året kampanjer som sprider vårt budskap och som medvetandegör allmänheten om de frågor som Marthaförbundet anser vara viktiga.

#### Mätare för rådgivnings- och projektverksamheten

Efterfrågan på våra kurser och föreläsningar ger en indikation om att vi ligger i tiden och talar om de rätta frågorna på rätt sätt.

Att mäta på vilket sätt och i hur hög grad vi påverkar samhället är svårt. Vår uppgift är att se till att tillfällen för diskussion erbjuds, liksom att vara lyhörda för den diskussion som uppstår och dokumentera resultaten. Under året utvecklas våra utvärderingsinstrument, så att vi bättre kan följa upp påverkan och resultat.

#### Antalet deltagare

Hushållsrådgivningen	500 deltagare
Ekonomi- och konsumentrådgivningen	500 deltagare
Ekologirådgivningen (miljöhänsyn i vardagen)	500 deltagare
Matkulturdagen	1 000 deltagare
Hantera vardagen	1 700 deltagare
Tack för maten!	12 daghem
Svinnkampen	2 000 deltagare

#### MEDLEMSVERKSAMHET

Medlemmarna inom Marthaförbundet är aktiva och engagerade. De frågor förbundet arbetar med intresserar, vilket avspeglar sig i ett stabilt medlemsunderlag som förnyas kontinuerligt då kvinnor i alla åldrar ansluter sig till förbundet. Stommen i förbundet utgör de kvinnor som varit trogna medlemmar i många år. En medlemskår i förändring innebär ansvar – alla medlemmar ska kunna känna sig delaktiga i sitt förbund. Vi strävar fortsättningsvis efter att vara nära våra medlemmar och att utöka samarbetet med distrikten kring större helheter.

## Mål för år 2015

- Att göra en satsning på att stödja existerande föreningar i deras verksamhet genom att utbilda i föreningskunskap, medlemsvård och att ge information om Marthaförbundet som organisation i samtliga regioner.
- Att ordna ett större samlande evenemang under året.
- Att ge inspiration för verksamheten genom att lära ut nya färdigheter och genom att i större utsträckning göra medlemmarna delaktiga i Marthaförbundets projekt och kampanjer.
- Att utveckla forum för interaktivitet mellan förbund och föreningar/medlemmar samt föreningar emellan.
- Att lyfta fram och belysa den verksamhet som bedrivs i föreningarna.
- Att medlemsfaktureringen sker centralt från förbundskansliet.
- Att alla registeransvariga erbjuds utbildningen i användandet av medlemsregistret Ankkuri.

## Mätare

### Antalet deltagare

Evenemang och utbildningar	600
Föreläsningar i samarbete med andra organisationer	200
Vårmöte	300
Höstmöte	120
Medlemsrådgivning och -information	4 000

## KOMMUNIKATION OCH INFORMATION

Verksamhetsplanen tydliggör vad som gäller för såväl den externa som interna kommunikationen. Den externa kommunikationen strävar efter att utveckla Marthaförbundets relationer med omvärlden, det vill säga att öka kunskapen i samhället om Marthaförbundets uppdrag och stödja samarbetet med andra organisationer och samarbetspartner. Den interna kommunikationen ska i första hand ge medarbetarna kunskap om förbundets verksamhet och verksamhetsmål samt erbjuda den information som krävs för att uppnå goda resultat i verksamheten.

## Mål för år 2015

- Att utvecklingsarbetet med medlemstidningen Martha fortsätter. Tidningen utgör en viktig del i förbundets varumärkesbyggnad och det övergripande syftet med utvecklingsarbetet är att säkerställa tidningens kvalitet, så att förbundets språkrör även i fortsättningen ska fungera som ett verktyg för att sprida information, skapa diskussion och engagera medlemmarna.
- Att tidningen utkommer som en läsbar nätversion (Issuu) på martha.fi.
- Att arbetet med en ny webbplatsform påbörjas för att möta läsarnas krav på ett digitalt och interaktivt innehåll. Arbetet omfattar research av målgrupp och funktioner samt en bakgrundsstudie av olika publiceringsverktyg. Målet är att tidningen år 2016 ska finnas i digital form på nätet.
- Att skapa synlighet för förbundets verksamhet, initiera till debatt och diskussion, främja en medveten och hållbar livsstil samt stödja samarbetet med andra organisationer och samarbetspartner.

- Att utarbeta och vid behov ge ut ett informationsmaterial som stödjer rådgivningsverksamheten.
- Att utveckla användningen av sociala medier och förnya det tryckta materialet, speciellt det material som utkommer i anslutning till matkulturdagen och olika kurser.
- Att ett varumärkesarbete (varumärkesanalys) påbörjas i syfte att stärka marthabudskapet i hela organisationens kommunikation.

### Mätare

Medlemstidningen Martha	6 nr (upplagan: 8 800/nr)
Nätversion av Martha på hemsidan	6 nr
Medlemsbrev	11 st.
Nyhetsbrev	4 st.
Pressmeddelanden	8 st.
Uttalanden	3 st.
Broschyrer/informationsmaterial till evenemang	10 st.
Praktiska tips på Youtube	12 avsnitt
Podcasts med praktiska tips	14 avsnitt

### INTERNATIONELLT SAMARBETE

Det internationella samarbetet under år 2015 fokuserar på arbetet med kvinnostödscentret Marta i Riga, Lettland. Marthaförbundet är medlem i såväl Nordiska kvinnoförbundet (NKF) som Associated Country Women of the World (ACWW).

Marthaförbundet kommer att genom en särskild insamling specifikt arbeta för att stödja Marta Centrs i deras verksamhet. I syfte att upprätthålla Marthaförbundets internationella projektverksamhet, och på detta sätt kunna byta kunskap och erfarenheter, planeras projekt med europeisk finansiering.

### PERSONAL

Personalstyrkan på Marthaförbundet uppgår till 13 personer fördelat enligt följande:

Förbundsdirektör	
Ekonomichef samt ekonomiassistent	
Projekt och rådgivning:	Utvecklingschef
	2 sakkunniga i huslig ekonomi inkl. projektledarskap
	Sakkunnig i ekonomi (0,5)
	Sakkunnig i miljöhänsyn (0,5–1)
	Projektledare, Tack för maten!
	Projektkoordinator, Tack för maten!
Medlemsverksamhet	Utvecklingschef
Kommunikation och information	Utvecklingschef/redaktionschef
	Informatör (deltid, 80 %)
Timanställda inom verksamhet och projekt	

Bild 1. Projekt och kampanjer 2015->

