

CASEBANK

CHANGEMAKERS BACKYARD

ETT SAMARBETE MELLAN:



Hur använder jag casebanken?

Syftet är att ge gymnasieungdomar möjlighet att utveckla och använda sina kunskaper och förmågor för att tillsammans skapa verkliga lösningar, på så sätt får de träna på att identifiera liknande utmaningar i samhället.

Alla utmaningar i Casebanken är verklighetsförankrade och något som de olika verksamheterna faktiskt behöver hjälp med. Verksamheterna tar därför gärna emot ungdomarnas lösningar. Till varje Case finns det därför kontaktuppgifter till ansvarig om ni vill skicka resultaten vidare.

Lycka till!



ETT SAMARBETE MELLAN:



Utmaningens ägare:

Nordea

Kontaktperson: Camilla Hamdi

Adress: Smålandsgatan 17

Epost: camilla.hamdi@nordea.com

Tel: 072-1433624

Hemsida: Nordea.se

Nordea**Utmaningen:**

Hur kan vi öka intresset och kunskapen om klimatpåverkan från sparande hos Generation Z?

Utmaningen - beskrivning

Idag lever vi i en värld där konsumtionsbeslut fattas allt snabbare och klimatångest är ordet är på allas läppar. Om alla länder hade konsumerat som den genomsnittliga svensken hade jordens totala förbrukning av naturresurser som ska räcka för ett år, tagit slut redan efter fyra månader. De flesta idag är medvetna om att vår konsumtion har en betydande klimatpåverkan, och många gör försök att minska sin påverkan genom att konsumera mindre eller annorlunda. Däremot är de flesta inte lika medvetna om att deras sparande faktiskt kan ha en positiv påverkan. Det vill säga att dina pengar kan göra en positiv skillnad om de är placerade i bolag som tar miljö och hållbarhet på allvar.

Generation Z, födda år 1995-2010, har ofta en hög medvetenhet om och ett engagemang i hållbarhetsfrågor. Dessutom har de en stor möjlighet att påverka sin omgivning, både som digital natives men också med tanke på att de har hela livet framför sig. Generation Z tenderar också att eftersträva informationsinsamling och eftertänksamhet gällande etik och moral vid beslutsfattande.

Vi vill därför ha er hjälp att ta fram en kommunikationsplan för ett kalenderår som besvarar frågan: Hur kan vi öka intresset och kunskapen om klimatpåverkan från sparande hos Generation Z?

Ytterligare resurser:

Till detta Case kommer ni att få ta del utav:

Nordea BrandHub innehållande bilder, logotypes och typsnitt anpassade för Nordea

Bakgrundsmaterial om hållbart sparande och dess inverkan

Inspiration vid lösning av caset:

Spara hållbart Nordea

Hållbarhetsrapport (eng)

Instagram: Nordea_Sverige, NordeaGrowth

LinkedIn: Nordea

Podcast: Sparpepp (Nordea)

ETT SAMARBETE MELLAN:



Utmaningens ägare

Youth 2020

Kontaktperson: Frank Berglund

Adress: Hugo Stenbecks Stiftelse

Box 2094, 103 13 Stockholm

Epost: frank@youth2020.se

Tel: 0708 43 65 20

Hemsida: www.youth2020.se

**Utmaningen**

Hur kan vi stärka ungas påverkan i politiken lokalt och nationellt, och se till att fler unga är med i beslut som politiker och andra ledare tar?"

Utmaningen - beskrivning

I Sverige finns idag ett demokratiskt underskott för unga. Varannan ung känner sig inte delaktig i samhället. Färre än tre av tio unga uppger att de har stora möjligheter att föra fram sina åsikter till de som bestämmer i kommunen. Traditionella former av dialog med medborgare, som medborgarförslag och möten i kommunhuset, når inte unga. Samtidigt vill många politiker göra skillnad för unga, men vet inte hur de ska nå ut, vara relevanta och kunna göra skillnad för barn och unga på riktigt.

Det finns flera olika dimensioner av problemet: då unga känner sig långt ifrån politiken är det få som söker sig dit för att skapa förändring, vilket bara ökar problemet, och politikerna kan inte göra mycket annat än försöka gissa sig till vad unga behöver. Personer under 18 år får inte rösta, men vilka andra sätt kan det finnas att se till att alla - barn, unga och vuxna - kan vara med och påverka politiken och sitt lokalsamhälle?

Hugo Stenbecks Stiftelse vill ha er hjälp att svara på frågan: Hur kan vi stärka ungas påverkan i politiken lokalt och nationellt, och se till att fler unga är med i beslut som politiker och andra ledare tar?

Ytterligare resurser:

"Vilka ska med?", MUCF, 2018

"Ungdomars politiska utveckling", Erik Amnå m fl, 2016

"Ungdomsbarometern", 2018

"Demokratiutredningen", 2014

Youth 2020:s hemsida

ETT SAMARBETE MELLAN:



Utmaningens ägare

SOS Barnbyar

Kontaktperson: Joakim Huss

Adress: Krukmakargatan 37A

Box 172 56, 104 62 Stockholm

Epost: joakim.huss@sos-barnbyar.se

Tel: 070 - 770 80 39

Hemsida: sos-barnbyar.se

**Utmaningen**

Hur kan unga som bott i familjehem och HVB hjälpas att etablera sig i samhället när de flyttar till eget boende?

Utmaningen - beskrivning

Unga som är eller har varit samhällsplacerade bor ofta i exempelvis familjehem, HVB, eller liknande. När dessa unga sedan flyttar ut till ett eget boende, har många av dem svårt att klara sig själva. Många hamnar i bidragsberoende, förstår inte riktigt hur de ska klara sig själva, hur de ska göra för att få ett roligt jobb nu och på sikt. Många i denna målgrupp har ingen (eller mycket liten) kontakt med sin ursprungsfamilj och de får efter att de flyttat från familjehemmet eller ungdomsboendet heller inte något stöd av de vuxna som de bott av. Därmed har de sällan någon vuxen att fråga om råd eller få stöd av när de flyttat "hemifrån".

De unga i denna målgrupp behöver ofta flytta från sin "placering" den sommar de tar studenten och ska då klara sig helt själva, utan nätverk som kan hjälpa dem till deras första jobb, låna ut pengar till en hyra, eller hjälpa till med blanketter och liknande. De flesta har heller inte vid studenten lyckats hitta en lägenhet, så de får bo hos vänner, eller i värsta fall på vandrarhem. SOS Barnbyar vill stötta dessa unga under sin övergång till ett självständigt liv. Denna period kallas internationellt för "leaving care" och målgruppen för care leavers. Vi vill ge dem stöd för att de bättre ska kunna rustas och klara av denna övergång.

SOS-Barnbyar vill därför ha er hjälp att svara på frågan:

Hur kan unga som bott i familjehem och HVB eller liknande hjälpas att etablera sig i samhället när de flyttar till eget boende?

ETT SAMARBETE MELLAN:



Utmaningens ägare:

Gullers Grupp

Kontaktperson: Kajsa Runnéus

kajsa.runnerus@gullers.se

Birger Jarlsgatan 32A

Box 7004, 103 86 Stockholm

gullers.se**Om verksamheten:**

Gullers Grupp är en byrå för samhällsaktörer och jobbar med att ta fram kommunikativa lösningar för organisationer och företag. Kommunikativa lösningar kan handla om att skapa allt ifrån en reklamkampanj, ett digitalt verktyg till en workshop - det är fantasin som bestämmer. Nu har en organisation kommit till oss för att få kommunikationshjälp. Deras mål är att internet ska vara en plats som bidrar positivt till både människan och samhället. Pengar som organisationen tjänar används till att göra satsningar som bidrar till att internet används på bästa sätt och på så sätt blir en tryggare plats för användarna genom kunskapsdelning och innovation.

Utmaning:

Hur gör man internet till en tryggare plats för alla? Er utmaning är att komma fram till en lösning som får unga att tänka innan de skriver/delar saker på internet och som därmed bidrar till ett schysstare klimat på nätet.

Bakgrund:

Idag har 98 % av dagens ungdomar tillgång till en egen mobiltelefon och närmare 83 % av svenskar använder sociala medier varje dag. Forskning visar att tidig användning av internet kan vara bra, eftersom det ger unga ett verktyg att engagera sig och tänka kritiskt. Däremot finns även negativa effekter av ett digitalt liv. En sådan är nätmobbning.

Hat och kränkningar kan ske överallt, men när de sker online så kan mottagaren utsättas var och när som helst. Sociala medier är tillgängligt dygnet runt och kan ses som en förlängning av den egna omgivningen och vardagen. År 2018 uppgav mer än 40 % av landets ungdomar att de blivit utsatta för nätmobbning och hela 7 av 10 känner någon som blivit utsatt. Många ungdomar uppger också att de sagt saker på nätet som de inte skulle sagt till någon ansikte mot ansikte. Men det som kan verka betydelselöst är i vissa fall livsavgörande. Att bli mobbad på nätet har samma konsekvenser som att bli mobbad utanför internet. Att inte förebygga dessa problem kan innebära stora konsekvenser för den utsattes framtid i form av bland annat depression, låg självkänsla och problem att skapa relationer till andra människor.

Alltså, det vi gör online får konsekvenser. Även IRL.

Som tur är gäller det inte enbart när vi gör negativa saker, bra saker ger också ringar på vattnet! Vad du skriver, delar och gör påverkar andra människor - det är dags att få fler att använda den makten till något positivt.

ETT SAMARBETE MELLAN:



Användbara källor:

Cybercom <https://www.cybercom.com/sv/0m-Cybercom/Press--Media/Pressmeddelanden/halften-av-sveriges-ungdomar-utsatta-for-natmobbing/>

Internetstiftelsen <https://internetstiftelsen.se/docs/Motverka-natmobbing.pdf>

Statens medieråd

<https://statensmedierad.se/larommedier/manniskanonline/vadgorbarnpanatet.339.html>

Svenskarna och Internet

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2018/sociala-medier/>

SVT

<https://www.svt.se/opinion/nathat-ger-samma-konsekvenser-som-traditionell-mobbning>



ETT SAMARBETE MELLAN:



Utmaningens ägare:

Vinnova

Kontaktperson: Jenny Sjöblom

jenny.sjoblom@vinnova.se<https://www.vinnova.se/om-oss/>**Om verksamheten:**

Vinnova är Sveriges innovationsmyndighet. Vi vill att Sverige ska vara en innovativ kraft i en hållbar värld. Vårt uppdrag är att stärka Sveriges innovationsförmåga för att bidra till hållbar tillväxt. Vi öppnar upp för innovation som gör skillnad. Vi utgår från de mål för hållbar utveckling som FN antagit i Agenda 2030. Vi hjälper organisationer lösa samhällsutmaningar tillsammans.

Utmaning:

Hur kan vi skapa ett sammanhängande system kring skolmat som leder till att "Varje elev i Sverige äter hälsosam, hållbar och god skolmat".

Bakgrund:

Forskningen är tydlig, branschen är enig. Vi måste transformera vårt matsystem för att nå de globala hållbarhetsmålen. Vi kan äta oss ur klimatkrisens värsta effekter - men då måste vi halvera matsvinnet, äta planetsmart och förnya våra produktionsmetoder.

"Börja med barnen. Skolmåltider är ett bra sätt att skapa sunda och hållbara vanor tidigt". Så skrev The Guardian om behovet av en global livsmedelsomställning. Detta har Vinnova också uppmärksammat. Som Sveriges innovationsmyndighet har vi på Vinnova insett att vi måste göra mer. Vi måste testa nytt och ta en ny roll i systemet för att kunna bidra till en transformation av matsystemet. Därför testar vi nu en modell som kallas mission-orienterad innovation. I korthet handlar det om att transformera system som är kopplade till de stora samhällsutmaningarna. Matsystemet är ett givet sådant som vi nu arbetar aktivt med.

Varför skolmat, när det finns så många större utmaningar? tänker ni kanske nu. Jo, därför att skolmaten är en liten del av ett större system, men en viktig del där alla systemets gemensamma utmaningar blir tydliga. Vi tror att om vi kan åstadkomma förändring där, då kan vi åstadkomma förändringar även inom andra områden. Vi vill skapa ett hållbart system kring skolmaten, där alltifrån undervisning om mat, matproduktion och -logistik, matsvinn och själva matupplevelsen, till att använda skolkökets resurser i större utsträckning och skapa nya förutsättningar för bönderna att producera hållbar mat ingår.

ETT SAMARBETE MELLAN:



<https://www.vinnova.se/globalassets/mikrosajter/missions/mat-i-skolan.jpg>

Material att utgå ifrån:

<http://www.skolmatsverige.se/>

<http://www.skolmatsverige.se/fakta-om-skolmaltider-fran-andra-kallor>

<https://www.skolverket.se/skolutveckling/inspiration-och-stod-i-arbetet/stod-i-arbetet/mat-i-forskolan-och-skolan>

<https://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/maltider-i-var-d-skola-och-omsorg/skola/>

<https://www.vgregion.se/om-vgr/satsningar-och-samarbeten/skolmatsakademin/>

<https://maltidsverige.se/projektverkstad/aktuella-projekt/skolmatsakademin/val-godkant-for-skolmaltiden/>

<https://ki.se/en/phs/optimat-research-project-about-optimizing-and-improving-school-meals>

<https://www.oru.se/forskning/forskningsnyheter/skolmat-som-politik-under-konferens-om-hallbarhet-i-undervisning/>

<https://www.oru.se/nyheter/livsmedelsforum/>

<http://www.skolmatsverige.se/skolmat-och-forskning>

https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/rapporter/2011/2011_livsmedelsverket_1_lunch_och_larande.pdf

<https://www.folkhalsoguiden.se/material/rapporter/starka-samband-mellan-levnadsvanor-och-skolprestationer-20118/?id=8449&id=8449>



ETT SAMARBETE MELLAN:



Utmaningens ägare:

Raoul Wallenberg Academy

Kontaktperson: Matilda Andersson

matilda.andersson@rwa.sewww.rwa.se**Om verksamheten:**

RWA grundades år 2001 av bland andra Raoul Wallenbergs syster Nina Lagergren. Vi rustar unga att agera med civilkurage i Raoul Wallenbergs anda för ett medmänskligt samhälle fritt från rasism och främlingsfientlighet. Vi engagerar årligen tiotusentals unga genom våra utbildningar i självledarskap, skolprogram i mänskliga rättigheter och uppmärksammandet av Raoul Wallenbergs dag 27 augusti, Sveriges nationella dag för medmänsklighet och civilkurage.

Utmaning: Hur kan vi attrahera fler att söka till Changemaker Camp?

Bakgrund:

Raoul Wallenberg Academy driver tillsammans med Ashoka Changemaker Camp. Ett program för ungdomar som vill ha inspiration att hitta sitt engagemang, konkreta verktyg för att skapa förändring och lära sig att leda andra. Campet består av åtta heldagar uppdelade på tre block under ett halvårs tid. Samlingarna sker i Stockholmsområdet. Changemaker camp är helt kostnadsfritt, och är en unik möjlighet att få vänner, upplevelser och verktyg som du kommer att bära med dig hela livet. Inga förkunskaper krävs, bara en brinnande lust att förändra, utveckla ditt ledarskap och en vilja att möta nya människor! Vi ännu i en utvecklingsfas och behöver hjälp med hur vi sprider Campet samt når fler ungdomar.



ETT SAMARBETE MELLAN:

