



Albin Malmborn
Emma Holmgrene
Fredrik Olne
Linda Fernlund
Vendela Ekeberg



Yalla Bio

Grupp D



METODER

WEBOGRAFI

SKRIVBORDSUNDERSÖKNING

OBSERVATIONER

ENKÄTUNDERSÖKNING

WORKSHOP

INTERVJUER

FOKUSGRUPPER

TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER

“...sociala relationer försämrats i mindre jämlika samhällen.”
(Wilkinson & Pickett 2011, s.65)

“...Och då vi umgås mindre med andra slags människor blir det svårare för oss att lita på dem. Vår position i den sociala hierarkin påverkar vem vi anser tillhöra innegruppen respektive utgruppen - vi och dom - och det påverkar vår förmåga att identifiera oss och känna empati med andra.”
(Wilkinson & Pickett 2011, s.65)

Wilkinson, Richard G. & Pickett, Kate (2011). *Jämlikhetsanden: därför är mer jämlika samhällen nästan alltid bättre samhällen.*

“Genom bilder kan vi bättre förstå och ta till oss sådana lidanden som krig och svält eller prestationer som att skicka människor till månen. I det här avseendet hjälper oss den visuella sfären att möta våra behov av förståelse och sammanhang. Filmer, dataspel och television ger oss bland annat avkoppling, flykt från vardagen, fantasi och kanske även insikter i oss själva. Dessa sidor av den visuella sfären hjälper oss tillgodose våra behov av fritid, förståelse och identitet.” (Thorpe 2008, s.152)

“En uppgift för designen, för att kunna bidra till kulturell hållbarhet, är att se till att den materiella kulturen främjar engagemang.” (Thorpe 2008, s.164)

Thorpe, Ann (2008). *Design för hållbar utveckling: ekologi, ekonomi, kultur.*

Egna tankar

Viktigt att ge möjlighet till ökad kunskap och förståelse för andra kulturer och människor omkring oss. Förstärker vi sociala relationer kan vi öka tryggheten, bland annat genom stärkt förtroende mellan individer.

Egna tankar

Skapa mening och koppla samman människor
Samspel och engagemang.

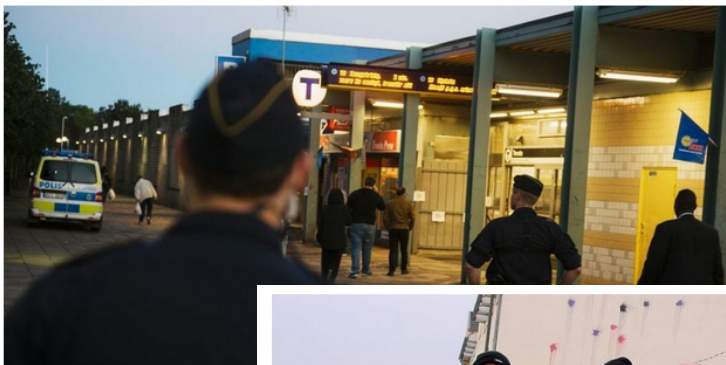
Att designa för våra fem sinnen. Tänk på hur de samspekar och påverkar upplevelsen av tjänsten så att deltagarna får positiva känslor associerade med den valda kulturen.

“The term social innovation refers to changes in the way individuals or communities act to solve a problem or to generate new opportunities. These innovations are driven more by changes in behaviour than by changes in technology or the market and they typically emerge from bottom-up rather than top-down processes.”

Jégou & Manzini (2008, s29)

Polisen: Här är de 53 mest utsatta områdena i Sverige

Metro | 08 Feb 2016 | Uppdaterad: 08 Feb 16



De värsta områdena i Stockholms län i Hallunda/Norsborg och Ronna/Geneta

Polisen har i en rapport ka



Kriminellt gäng tog över gata i Malmö



Delar av Sofielundspatrullen tillsammans med Anders Helm, Jan Svärd, ordförande i Fastighetsägare Sofielund och Hjalmar Falck, vid kvarteret Cykeln. Foto: Åse-Marie Nilsson



De jobbar för ett attraktivt Sofielund

AV ÅSE-MARIE NILSSON

SOFIELUND. Solpaneler, en städpatrull och fler bostäder. Sofielund är ett område i förändring. Inte minst har känslan av trygghet ökat, menar man på Fastighetsägare Sofielund och polisen.



De vägrar ge upp hoppet om sitt Malmö

Malmö befinner sig i skottlinjen. Men samtidigt som krisrapporterna från staden avlöser varandra är den negativa spiralen i ett av de mest utsatta områdena på väg att vända. BID-samverkan är verktyget. Människorna är kraften. Välkommen till Sofielund.

Cateringtjänst som erbjuder mat & film i kombination för att skapa en helhetslösning som ökar medvetenheten och tillgången till olika kulturer, och skapar gemenskap.



Yalla Bio

Moodboard



Följande är ett exempel på hur eventet kan planeras. Det som räknas med är förberedelser, vad som bör ingå under eventet och även tidsförslag.

KL

17.00 Förberedelser och dekorerings påbörjas.

18.00 Maten anländer och uppläggningsen börjar.

18.30 Dukning och förberedelser för film, så att allt är på sin plats när deltagarna kommer.

19.00 Deltagarna kommer- Tiden som angetts vid inbjudan. Lite mingel i 30 min tills alla är på plats och eventet kan dra igång.

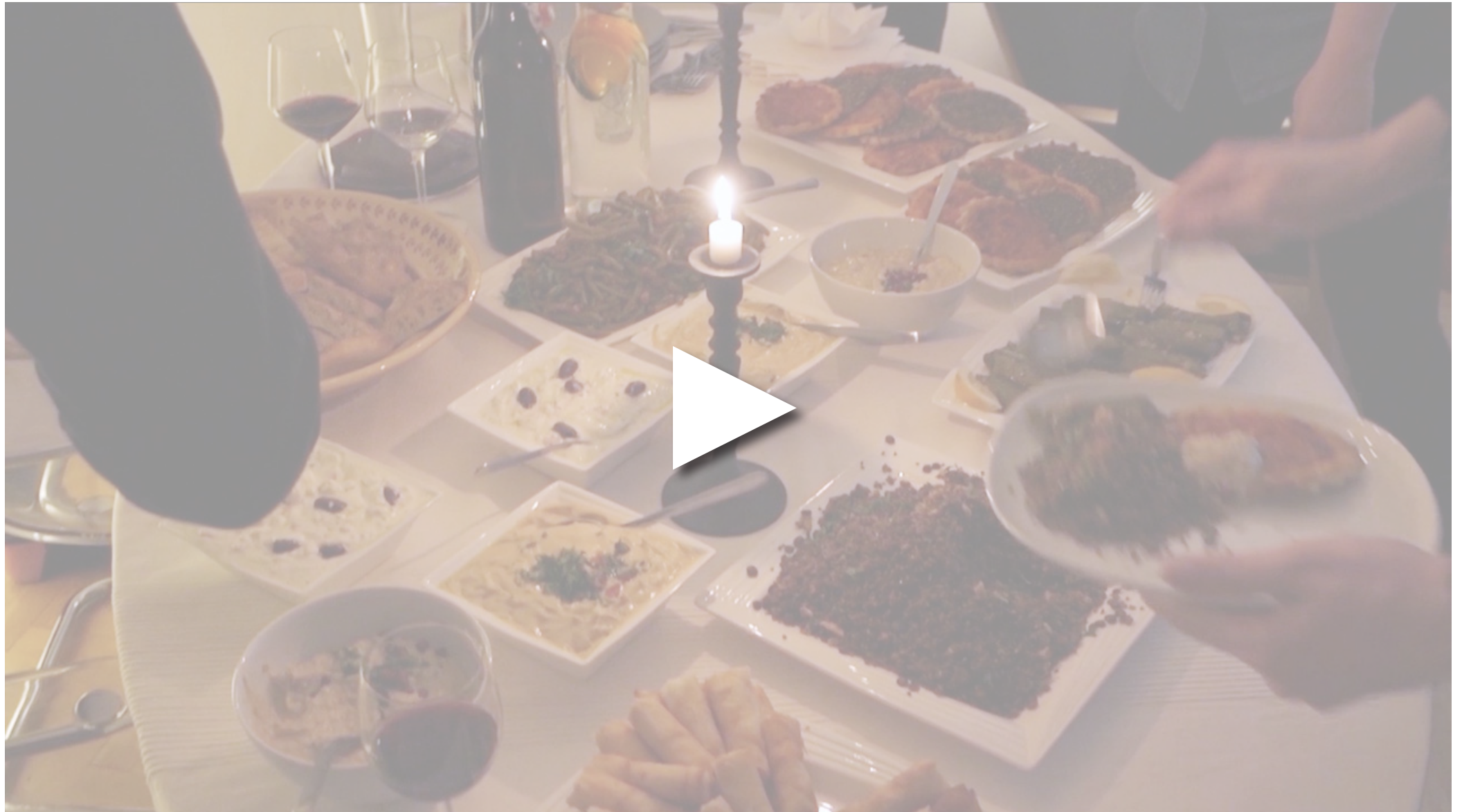
19.30 Värden håller en ingående presentation av mat och deltagarna kan lägga upp sin mat och sätta sig tillrätta inför filmen.

20.00 Denna tid beroende på hur många deltagarna är och hur lång tid det tar att lägga upp mat. Här presenteras filmen med lite information kring landet och det man kan tänkas behöva veta för att förstå filmen.

20.15 Filmen sätts igång av värd.

22.00 Här finns det tid för deltagarna att reflektera med varandra kring filmen, möjligt att lägga in ett kort Quiz för att få samtliga att delta. Värden kan hjälpa till att styra samtalen och svarar på eventuella frågor.

22.30 När reflektionsdelen är slut så avslutas eventet och Värden tackar för sig och för att ha fått vara med företaget/föreningen under kvällen.



Deltagarna på eventet fick 7 frågor där de fick skriva ner sina tankar om kvällen. Följande är en sammanfattning av deras och våra tankar;

- Kvällen som helhet: trevlig, bra stämning och roligt upplägg. Mat & film = "klassisk kombo".
- Viktigt att filmen passar temat och deltagarna vilket samtliga tyckte att den gjorde.
- Filmen skildrade ett allvarligt ämne på ett bra och delvis humoristiskt sätt, vilket uppskattades av deltagarna.
- Deltagarna önskade en längre och mer djupgående inledning med info om maten och filmen.
- Man önskade också mer tid till diskussion och att socialisera. Hålla ett quiz på temat för att alla ska få prata med varandra.
- Rimligt pris på ett liknande event: 100-300kr, med en majoritet på 200 kr.

Yalla Bio

USER JOURNEY

LILL-BERIT

ÅLDER: 71

SYSSELSÄTTNING: PENSIONÄR.

INTRESSEN: SILVERSMIDE OCH
HÅRFRISERING.



Pensionärsföreningen Vitsippa letar inspiration inför nästa temakväll.



Har hört talas om Yalla som koncept. Föreningens ordförande och Lill-Berit hittar info om Yalla Bio via **hemsidan**. Spännande!



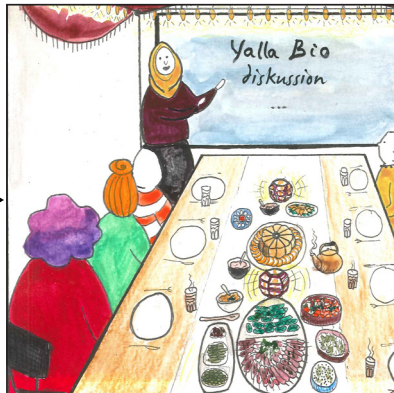
Föreningens ordförande **ringer** och bokar i Vitsippans lokaler tre veckor senare. Yalla Bio cyklar till lokalen och **rekar**.



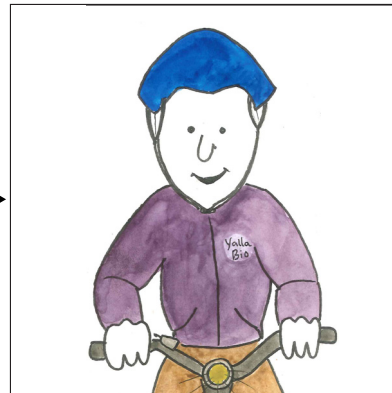
Yalla Bio **anländer** en stund innan utsatt tid på evenemangsdagen och ställer i ordning inför kvällen. Maten anländer i lagom tid.



Yalla Bios filmrepresentant introducerar filmen och temat, medan maten serveras. Under middagens gång sätts filmen på.



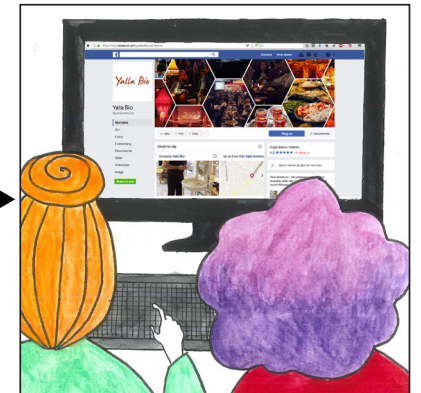
Efter filmvisningen serveras fika eventuellt te och kaka och representanten öppnar upp för frågor och diskussion.



Yalla Bio plockar ihop och monterar ner utrustningen och beger sig.



Medlemmarna i Vitsippa går i säng fyllda av ny kunskap och inspiration.



Dagen efter loggar de in på Yalla Bios **Facebook-sida** och skriver om hur fantastisk deras kväll var med Yalla Bio.

Yalla Bio

USER JOURNEY

MIKE

ÅLDER: 43

SYSSELSÄTTNING: JOBBAR PÅ
MEDIEFÖRETAGET "MALMÖ-MEDIA".

INTRESSEN: RESA OCH TRÄNA
AGGILLITY MED SIN TAX SUNE.



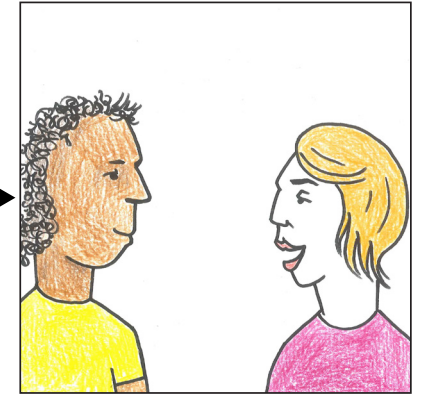
Mike jobbar på Medieföretaget "Malmö-Media", vilka precis fått en ny storkund från Kroatien.



Malmö-Media ser ett behov i att fördjupa sig kunskapsmässigt vad gäller den kroatiska kulturen och funderar kring att hålla någon slags föreläsning om densamma.



Mike kommer att tänka på sin mormor som för bara några veckor sedan var med på ett event med sin pensionärsförening, där de hyrde in tjänsten Yalla Bio vilken erbjöd en inblick i en för dem relativt obekant kultur.



Mike tar upp detta med sin chef som tycker det låter som en utmärkt idé. Mike får i uppdrag att undersöka möjligheterna för eventet.



Mike tar kontakt med Yalla Bio genom att **ringa** och bestämmer ett datum för en kväll med kroatiskt tema.



Två veckor senare genomförs eventet i Malmö-Medias lokaler och projektgruppen får en trevlig och lärorik kväll tillsammans.



Med hjälp av sin nyvunna kunskap om den kroatiska kulturen kan projektgruppen på Malmö-Media arbeta fram en tydligare och säkrare mediestrategi för den nya kunden.

Yalla Bio

USER JOURNEY

KIM

ÅLDER: 24

SYSSELSÄTTNING: JOBBAR DELTID
PÅ ICA.

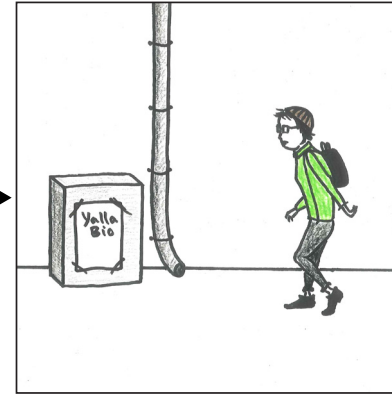
INTRESSEN: FILOSOFI OCH
PICKLADE GRÖNSAKER.



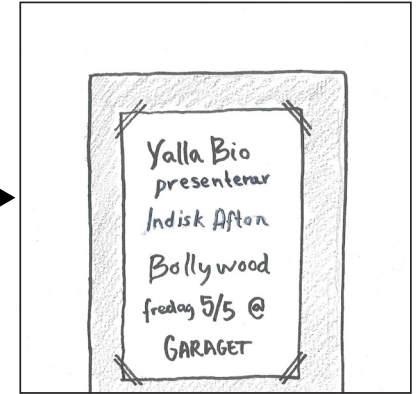
Kim är inflyttad till Malmö sen några år tillbaka.



Hen jobbar deltid på ICA och träffar där mängder med folk varje dag.



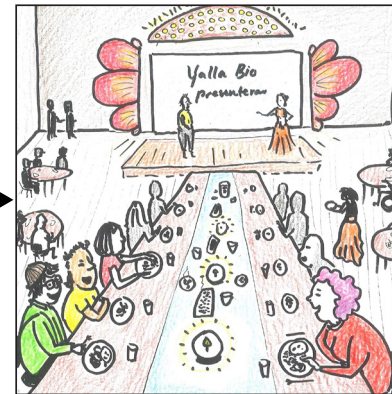
När Kim går hem från jobbet en sen onsdag, ser hen en **poster** på ett elskåp.



Kim ser att det ska visas film och serveras mat för en överkomlig summa och bestämmer sig för att gå.



När Kim anländer till **Garaget** möter hen flera andra deltagare från hela Malmö.



Den fantastiska maten dukas fram och filmen sätts snart igång. Efter filmen ges det utrymme för diskussion om vad de sett.



När kvällen är slut lämnar alla mycket nöjda och flera nya kontakter har etablerats.

Vi skickade ut en webbenkät för att undersöka intresset för tjänsten och den potentiella målgruppen.

- 60% av de som svarade var i åldrarna 21-30 och 67,5% uppgav att de arbetar
- 40% är aktiva i företag/föreningar (FF) med 50 anställda/medlemmar. 25% är aktiva i FF med 1-10 aktiva medlemmar och 25% är aktiva i FF med 11-30 medlemmar.
- 33,3% uppgav att deras företag/förening har regelbundna event där det serveras mat.
- 95% uppgav att de är intresserade av mat från andra kulturer.
- Ca 75% tycker att tillgängligheten till film från andra kulturer är medelmåttig-liten.
- 80% tycker att film är en bra källa till kunskap, men det är viktigt att vara källkritisk.
- 57,5% skulle vara intresserade av att köpa vår tjänst.
- Några trodde att det skulle vara för dyrt, andra menade att det kändes asocialt att arrangera filmvisning som företagsevent.
- Majoriteten, 33,33% kan tänka sig att betala mellan 150-200 kr för vår tjänst. 25.54% kan tänka sig att betala 200-250 kr.



Arrangör

- ● Administration
Kundtjänst
Hemsida + sociala medier
Marknadsföring
- Representant
- Lokal
- Rekvisita
- Möbler
- Musik
- Projektor & Teknikutrustning
- Filmer

Samarbetspartners

- ● YALLA SOFIELUND
 - Lokal/Kök
 - Matlag
 - Råvaror/Mat
- ● MOVEBYBIKE
 - Cyklar
 - Leverans & Avhämtning
- GARAGET
 - Lokal för event
- ● KULTURENS
 - Finansiering
 - Utvecklingsstöd
- ● ACIS / MAFF
 - Filmer
 - Filmskapare

Kunder

- Föreningar
- Företag
- Skolor
- Privatpersoner
- Förenings- eller företagslokal

● Stakeholder

● Aktör

● Icke mänsklig aktör

Yalla Bio

STAKEHOLDERS
AKTÖRER
TOUCHPOINTS

Arrangör

- Administration
- Kundtjänst
- Hemsida + sociala medier
- Marknadsföring
- Representant
- Lokal
- Rekvisita
- Möbler
- Musik
- Projektor & Teknikutrustning
- Filmer

Samarbetspartners

- YALLA SOFIELUND
 - Lokal/Kök
 - Matlag
 - Råvaror/Mat
- MOVEBYBIKE
 - Cyklar
 - Leverans & Avhämtning
- GARAGET
 - Lokal för event
- KULTURENS
 - Finansiering
 - Utvecklingsstöd
- ACIS / MAFF
 - Filmer
 - Filmskapare

Kunder

- Föreningar
- Företag
- Skolor
- Privatpersoner
- Förenings- eller företagslokal

● Stakeholder

● Aktör

● Icke mänsklig aktör

● Touchpoint

Arrangör

-    Administration
-   Kundtjänst
-   Hemsida + sociala medier
-    Marknadsföring
-   Representant
-   Lokal
-   Rekvisita
-   Möbler
-   Musik
-   Projektor & Teknikutrustning
-   Filmer

Samarbetspartners

-    YALLA SOFIELUND
 -  Lokal/Kök
 -  Matlag
 -  Råvaror/Mat
-    MOVEBYBIKE
 -  Cyklar
 -   Leverans & Avhämtning
-   GARAGET
-   Lokal för event
-    KULTURENS
 -  Finansiering
 -  Utvecklingsstöd
-    ACIS / MAFF
 -   Filmer
 -   Filmskapare

Kunder

-  Föreningar
-  Företag
-  Skolor
-  Privatpersoner
-    Förenings- eller företagslokal

-  Stakeholder
-  Aktör
-   Icke mänsklig aktör
-  Touchpoint
-  Front stage
-  Back stage

EKONOMISK PLAN

LÖPANDE KOSTNADER:

Tjänsten

Mat:	150 kr/pers
Transport Move By Bike:	395-510 kr
Filmrättigheter ACIS:	750-1250 kr/visning

Verksamheten

Löner:	?
Kontorshyra:	?
Kostnader webhotell	100kr/mån

FASTA KOSTNADER:

Utrustning ljud/bild
Rekvisita

PRIS FÖR TJÄNST

	Mat	Transport	Film	Summa
10 deltagare	150:-	45:-	100:-	295:- /pers
30 deltagare	150:-	15:-	34:-	199:- /pers
50 deltagare	150:-	9:-	20:-	179:- /pers

Alla priser är beräknade per person

MÖJLIG FINANSIERING

Kulturens Malmö - Hjälper kulturföreningar i Sverige att utvecklas. Föreningar kan ansöka om regionala projektmedel för särskilda folkbildningsinsatser som genomförs tillsammans med Kulturens.

Utveckling Skåne - Bidrag ges till kulturutvecklande projekt och kan sökas två gånger om året.

Kulturexpressen - Ger bidrag för enstaka evenemang. Ansökan måste ske 6 veckor innan.

Yalla Bio
POSITIONERING

Hög social hållbarhet

Yalla Bio

Låg
tillgänglighet

Hög
tillgänglighet



Låg social hållbarhet

STRENGHT

Helhetslösning

Kulturberikande

Socialt

Skapar debatt

**Ökar intresse för
internationell mat & film**

Integration

OPPORTUNITY

Kreativa gemenskaper

Boosta lokala filmskapare

En fast restaurangbio

Möjlig inkörsport för
arbetslösa

Events på Garaget

WEAKNESS

Långsiktighet

Språkbarriären

Ljud- och bildkvalité

Sponsring

För dyrt för föreningar

THREAT

Bristande engagemang

Bristande kunskap

Varierande kvalité på ljud & bild

Filmrättigheter

Konkurrens (SF)

Streamingtjänster

Whitewashing

Trampa någon på tårna

Politik i de berörda länderna

Yalla Bio

KREATIVA GEMENSKAPER
KUNSKAPSGENERERING

"These groups of people can be defined as creative communities: people who cooperatively invent, enhance and manage innovative solutions for new ways of living"

- Meroni (2007)

Front Stage

- Skapar intresse och kunskaper om mat och kultur från olika länder.
- Nyfikenhet för utländsk film.
- Förståelse för andra människor.
- Främjar mångfald och kultur.
- Ögonöppnare, man får nya insikter.

Back Stage

- Skapar ett samarbete mellan personer från olika kulturer.
- Bygger vänskaper och gemensamma intressen genom arbetsplatsen.
- Möjlighet till utvidgning av verksamheten skapar mål och ett större syfte hos deltagarna.
- Hjälper människor att komma in i arbetslivet.

"En bra representation av landet och samtidigt roligt, lättsmält och bra"

- Deltagare på testeeventet

"Man fick flera nya dimensioner av landet"

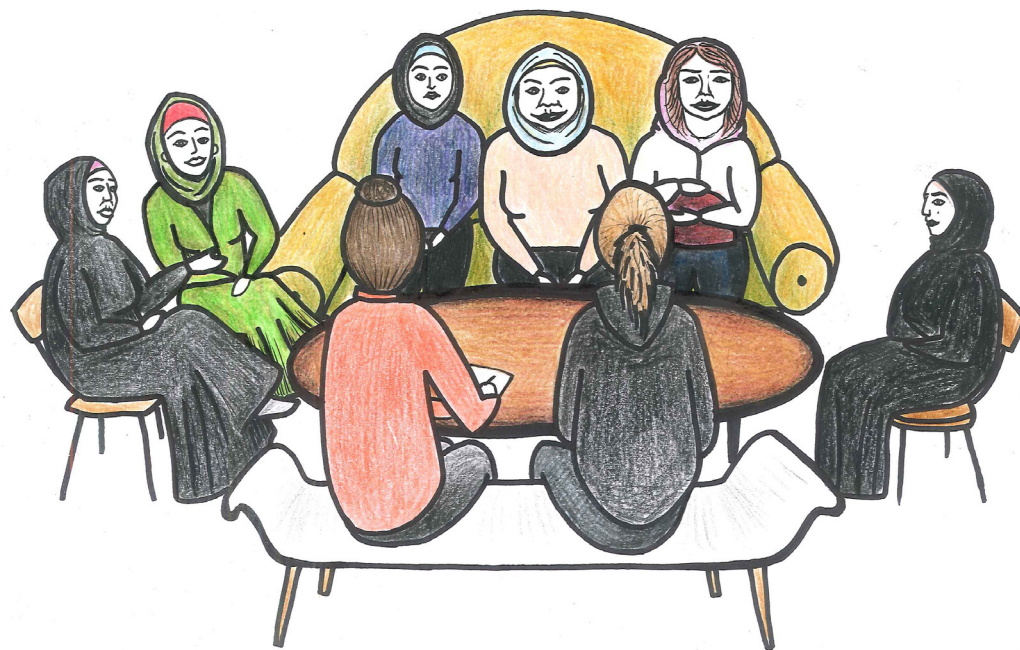
- Deltagare på testeeventet

"Vi är som en stor familj"

- Deltagare på Yalla Sofielund

"Att avdramatisera och inte prata om kulturkrockar utan kulturmöten!"

- Anna Virta på Kulturens



Mötet med deltagarna på Yalla Sofielund



POTENTIELLA SAMARBETSPARTNERS

Louise Johnsson-Zea / Yalla Sofielund

louise.johnsson-zea@malmo.se

Yalla Sofielund har potentiella deltagare till matlaget.

Anna Virta / Kulturens i Malmö

anna.virta@kulturens.se

Hjälper kulturföreningar i Sverige att utvecklas och har ett stort intresse för denna typ av satsningar. Möjlighet att få bidrag om man samarbetar med dem.

Mouhamad Keblawi / MAFF/ACIS

keblawi@maffswe.com

Har ett filmarkiv med arabisk film och köper regelbundet in nya filmer. Erbjuder Yalla Bio halva priset på deras filmlicenser. En licens gäller per film, per visning.

MOVEBYBIKE

info@movebybike.se

Kan tänka sig ett samarbete där de på cykel hämtar och levererar mat och utrustning mellan Yalla Bio och kunderna.

Gustav Ekman / Garaget

gustav.ekman@malmo.se

Garaget går att hyra som eventlokal för framtida arrangemang. Där finns projektor, duk och möblemang, men inget kök. Hyrs kostnadsfritt med kravet att eventet är öppet för alla och har gratis inträde.

Hjalmar Falck / BID Sofielund

hjalmar.falck@malmo.se

Har kontakter i Sofielund och kan eventuellt hänvisa till potentiella aktörer.



FINANSIERING

Kulturens Malmö

anna.virta@kulturens.se

Föreningar kan ansöka om regionala projektmedel för särskilda folkbildningsinsatser som genomförs tillsammans med Kulturens.

Utveckling Skåne

<http://pb.kulturdatabasen.se>

Bidrag ges till kulturutvecklande projekt och kan sökas två gånger om året.

Kulturexpressen

kulturexpressen@malmo.se

Ger bidrag för enstaka evenemang. Ansökan måste ske 6 veckor innan.

PROJEKTGRUPPEN

Linda Fernlund

l.fernlund@gmail.com

Vendela Ekeberg

vendela.ekeberg@gmail.com

Fredrik Olne

fredrik.olne@gmail.com