

# konstrundan

Utvärderingsrapport 2021



Illustration: Ulla Donner



Svenska  
kulturfonden

KONSTSAMFUNDET



Stiftelsen Emilie och Rudolf  
Gesellius fond

Eugène, Elisabeth och Birgit  
NYGRÉNS STIFTELSE

WALDEMAR  
von Frenckells  
STIFTELSE

William Thuring's  
stiftelse

## Konstrundan 2021

Konstrundan är ett riksomfattande evenemang där konstnärer, konsthantverkare och formgivare öppnar sina ateljéer och verkstäder för allmänheten.

År 2021 ordnades Konstrundan under det första veckoslutet i september, 4–5.9.2021 och efter att 5 deltagare beslutit att inte delta p.g.a. coronan hade vi i år totalt 321 (föregående år 210) besökspunkter från Villmanstrand i öst till Eckerö i väst och från Raseborg i syd till Nuorgam norr. Då flera besökspunkter hade flera deltagare, uppgår totala antalet deltagare till 485 (287) personer. Cirka 35 % av deltagarna var svenskspråkiga, 60 % finskspråkiga och 5 % meddelade att de hade engelska eller annat språk som främsta språk. År 2021 hade Konstrundan drygt 23 200 (15 200) besök.

President Tarja Halonen var beskyddare för Konstrundan 2021.

Som en del av Konstrundan ordnades **Konstens fredag 3.9.2021**. Konstens fredag producerade en film med en konstpedagogisk uppgift som distribuerades till alla lågstadieskolor i Finland. Som en nyhet erbjöds äldre skolklasser och föreningar möjlighet till besök hos flera av deltagarna i Konstrundan.

Årets stora nyhet utgjordes av **Konstens afton 19.8.2021**, en auktion med verk av Konstrundans deltagare till förmån för det konstnärliga och kreativa arbetet vid det Nya Barnsjukhuset i Helsingfors.

### Bakgrund

Konstrundan ordnades första gången i Finland år 2008 som en del av Svenska Kulturfondens 100-årsjubileumsprogram. Sedan dess har evenemanget ordnats varje år. Som ansvarig arrangör fungerar Åbolands hantverk rf.



Visionen och den övergripande målsättningen för Konstrundan är att årligen öppna dörrarna till konstnärer, konsthantverkare och formgivare i Finland samt att etablera starkare nätverk mellan dem. Konstrundan ordnades i början främst i de svenskspråkiga regionerna men intresset har ökat i de mera finskspråkiga regionerna. De två senaste åren har deltagarantalet ökat kraftigt.

Projektet strävar generellt efter att öka synligheten för konst, konsthantverk och formgivning. Konstrundan arbetar för att i ännu större grad försöka påverka allmänhetens inställning till att köpa konst och Konstrundan marknadsförs som ett evenemang där man har möjlighet att köpa konst direkt från konstnären. Det långsiktiga målet är att öka förutsättningarna för konstnärerna att livnära sig på sin konst.

### Ansökning och sällning

Ansökningstiden till Konstrundan 2021 var 21.1–21.2.2021. Det kom in 330 (244) ansökningar, vilket är klart mera än tidigare år. Av dessa ansökte 139 för första gången och 191 hade deltagit tidigare.

Jury höll sitt möte den 9.3.2021. Fyra ansökningar refuserades för att de inte uppfyllde ansökningskriterierna. Av de antagna representerade 198 deltagare i första hand visuell konst, 97 konsthantverk och hantverk samt 26 konstindustri och formgivning.

## Förberedelser inför årets Konstrunda

Då besluten om årets deltagare var klart inleddes det omfattande förberedelsearbetet inför årets Konstrunda. I all planering beaktades pandemins möjliga inverkan och alla deltagare uppmanades beakta såväl sin egen som besökarnas säkerhet och vid behov vidta behövliga försiktighetsåtgärder.

## Konstrundan 4–5.9.2021

Allmänt kan konstateras att Konstrundan i år förlöpte enligt plan och det var ett lyckat och uppskattat evenemang. Tack vare effektiviserad marknadsföring inför ansökningstiden hade Konstrundan rekordmånga deltagare och många som deltog för första gången.

Också besökarantalet slog nytt rekord uppgick till drygt 23 200 (15 200) besök! I medeltal hade varje besökspunkt 72 besök (74).

Besökarantalen varierade mellan 3 och 468. Generellt sett har coronan väckt en kulturhunger, vilket ledde till de höga besöksiffrorna. De lägsta besöksiffrorna hade deltagare som var enskilt eller avlägset belägna.

Region och	Besök	Besök i medeltal	
antal besökspunkter	per region	per besökspunkt	
Helsingfors	85 (58)	5 805 (3 111)	68,3
Östra Nyland	35 (28)	2 054 (2 397)	58,7
Västnyland	28 (16)	1 837 (668)	65,6
Egentliga Finland	37 (28)	2 310 (1 604)	62,4
Åland	38 (26)	5 567 (4 188)	146,5
Österbotten	37 (26)	2 385 (1 604)	64,5
Norra Finland	19 (5)	1 043 (226)	54,9
Övriga orter	43 (22)	2 233 (1 533)	51,9
Totalt antal	321 (210)	23 234 (15 200)	71,6

Flera deltagare erbjöd besökarna på olika arbetsuppvisningar, prova-på-verkstäder eller annat program. Många valde dock på grund av coronan att inte ordna något program eller träkning.

Tack vare coronan erbjöds alla deltagare redan i fjol möjligheten att göra en kort presentationsvideo till vår hemsida. I år bifogade endast 37 deltagare en videolänk. Största orsaken till att deltagarna inte gjort videopresentation är brist på resurser och kunskap samt tidsbrist. På basen av feedbacken från deltagarna lämnas den här möjligheten bort nästa år.

## Marknadsföring

Tidningen är en viktig del av marknadsföringen för Konstrundan. Det omfattande arbetet med tidningen satte igång i mars. Innehållet sammanställdes av projektledaren och regionkontakterna i tätt samarbete med Konstrundans grafiker Nanne Nylund. Årets illustration gjordes av illustratör Ulla Donner.

För första gången gjordes tidningen genomgående på svenska, finska och engelska. De omtyckta intervjuerna var således rätt korta i tidningen, men längre versioner fanns på Konstrundans hemsida. Intervjuerna skrevs och översattes av regionkontakterna.

Martina Lindberg intervjuade Antti Nieminen, Veronica Svenskberg intervjuade Pia Sirén och Arto Ali-Eskola, Ida Taavitsainen skrev om Helsingin paperipaja och Karin Lipkin-Forsén, Jani A. Purhonen skrev om Skogby bruk, Leila Cromwell-Morgan Lönnroth intervjuade Danelle Bergstrom och Ami Avellán skrev artikeln om Kikka Laakso.

President Tarja Halonens hälsning i tidningen utgjorde ett uppskattat inslag.

Eftersom Konstrundans deltagarantal ökade kraftigt innebar det att tidningen behövde fyra sidor mera än året innan. Det medförde en extra kostnad på ca 15 000 € som i sin tur ledde till att vi i år hade färre tryckta annonser än tidigare.

I tidningen ingick annonser av Kulturhuset Grand, Konst & Form Gumbostrand, Pesula Galleria, Tidskriften Astra, Luckan, Pro Artibus, Fiskars Bruk, Turun Taidelainaamo, Gullkrona Shop, Galleri Skarpans, Ålands Konstmuseum, Yrkeshögskolan Novia, Saariselän Sanomat och Rovaniemi stad. Flera annonser ingick i samarbetsavtal och värdet av den direkta annonsförsäljningen uppgick till 1 250 €.

Tidningen skickades ut som tabloidbilaga med flera svenskspråkiga dagstidningar.

I Nyland	Hufvudstadsbladet	30 000 ex
	Västra Nyland	6 500 ex
	Östnyland	6 000 ex
I Åboland	Åbo Underrättelser	4 220 ex
	Pargas Kungörelser	3 900 ex
I Österbotten	Vasabladet	15 530 ex
	Österbottens Tidning	11 540 ex
	Sydin	5 310 ex
På Åland delades tidningen ut till alla hushåll		14 000 ex

För direktutdelning av deltagarna och Konstrundanteamet beställdes ytterligare 22 000 extra tryck. Dessa tidningar distribuerades i deltagarnas nätverk och till flera allmänna platser såsom bibliotek, muséer, gallerier, butiker samt till stationer och terminaler. Tidningens hela upplaga blev således 119 000 exemplar i år.

Konstrundan hade i år digitala annonser i Hufvudstadsbladet, Helsingin Sanomat, Turun Sanomat, Åbo Underrättelser samt i Ålandstidningen. Tryckta annonser ingick i bl.a. Taidelehti samt i tidningen Astra.

Ida Taavitsainen ansvarade för Facebook och Instagram och gjorde regelbundna och högt uppskattade inlägg på plattformarna. Några betalda kampanjer genomfördes på sommaren och hösten. Innan jul sammanställde Ida en populär julkalender med uppslag som årets deltagare skickat in. Konstrundan fick många flera följare under året och på hösten hade vi nästan 4 500 följare på Facebook och över 2 100 på Instagram.

För tredje året i rad bjöds en deltagare per region att ta över Konstrundans Instagram-konto för en vecka. De som medverkade fick positiv synlighet via Konstrundans Instagram och många inspirerades också till att skapa nya verk att visa.

Udi Salmiatta, Kotka	16juin, Vanda
Erica Mena, Fiskars Bruk	Vuonue, Preitilä
Christoffer Relander, Mariehamn	Leif Strengell, Nykarleby
Mari Oikarinen, Rovaniemi	Roy Aurinko, Heinola

Liksom tidigare år beställdes affischer och postkort att användas som direktreklam. Materialet delades ut till deltagarna, som sedan delade dessa vidare. Totalt trycktes 5 000 st affischer i storlekarna A3 och A4 och 13 500 st postkort. Som en nyhet trycktes också 1000 st väderbeständiga vägvisningsskyltar i storlek 45 x 45 cm upp.

Pressmeddelanden och nyhetsbrev skickades ut flera gånger under året och Konstrundan syntes i många tidningar. På Åland fick Konstrundan väldigt god synlighet, i övriga Finland var det främst lokalpressen som skrev om Konstrundan och lokala deltagare.

## Kommunikation med deltagarna

I juni ordnades regionala infoträffar för såväl deltagarna som för medias representanter. Träffar ordnades 14–16.6 på följande ställen:

Kulturhuset Grand, Borgå	Työhuone Naakka, Kotka
Taidekeskus Itä, Villmanstrand	Luckan, Helsingfors
Knipnäs, Ekenäs	Taito Shop, Åbo
Mariehamns stadsbibliotek, Mariehamn	Onkiniemi ateljee, Tammerfors
Laukaan taideateljéet, Laukaa	Vasa Konstgrafiker, Vasa
YH Novia, Jakobstad	Vanha Villatehdas, Uleåborg
Villa Vinkkeli, Rovaniemi	

Regionkontakterna agerade värdar under tillfällena och informerade om årets Konstrunda och delade ut marknadsföringsmaterial. Deltagarna i de flesta regionerna deltog aktivt men endast enstaka representanter för pressen deltog, med undantag för Åland.

Flera platser tog också emot marknadsföringsmaterialet så att deltagarna kunde hämta sitt material då det passade dem. Tack till bl.a. Galleri Emelie i Lovisa, Galleri Elverket i Ekenäs och Ehns konstbutik i Mariehamn.

Efter att årets deltagare blivit valda skickades totalt 9 infobrev samt några kompletterande e-postmeddelanden. Infobreven lades upp på hemsidan så att deltagarna enkelt skulle hitta dem. All information skickades på svenska, finska och engelska.

Att få ut all väsentlig information till så många deltagare är en stor utmaning och kräver tydlighet i kommunikationen.

## Feedback från deltagare

Efter Konstrundan ombads deltagarna svara på en utvärdering på nätet. Arrangören erhöll 134 svar, dvs endast 27 % av deltagarna svarade. Svaren var rätt jämnt fördelade i regionerna och största delen var väldigt positiva.

### Kommentarer av årets deltagare:

“Människomötena, att man blir mer etablerad lokalt och förstås försäljningen. Dessutom är det en kreativ boost eftersom man vill maximera effekten av evenemanget. Många nya idéer kan uppstå bara för att man ska delta.”

“Upeat järjestelyt, kerrassaan! Itse tapahtumassa ihmiset tulevat vierailulle ihan erilaisessa moodissa kuin mitä he normaalisti tulevat työhuoneelleni käymään. Nyt tuli useita vierailijoita, jotka eivät olleet kuulleet teoksistani aiemmin. Sain ihan huomattavalla summalla korttejani ja teoksiani myytyä.”

Det absolut bästa med Konstrundan är alla dom oväntade, personliga och intressanta mötena och samtalen som uppstår mellan konstnär och besökare

“Konstrundan exceeded my expectations in terms of how many strangers had seen and independently researched my work via the event promotions, and then actually came to my studio as a result. Providing the Konstrundan event as an umbrella made it much more successful than if I had simply advertised an open studio on my own. The social media outreach is fantastic.”

“Tapahtuman tunnettavuus, toistuvuus, kassit ja lehdet sekä kaikki se hieno mainostyö mitä teette!”

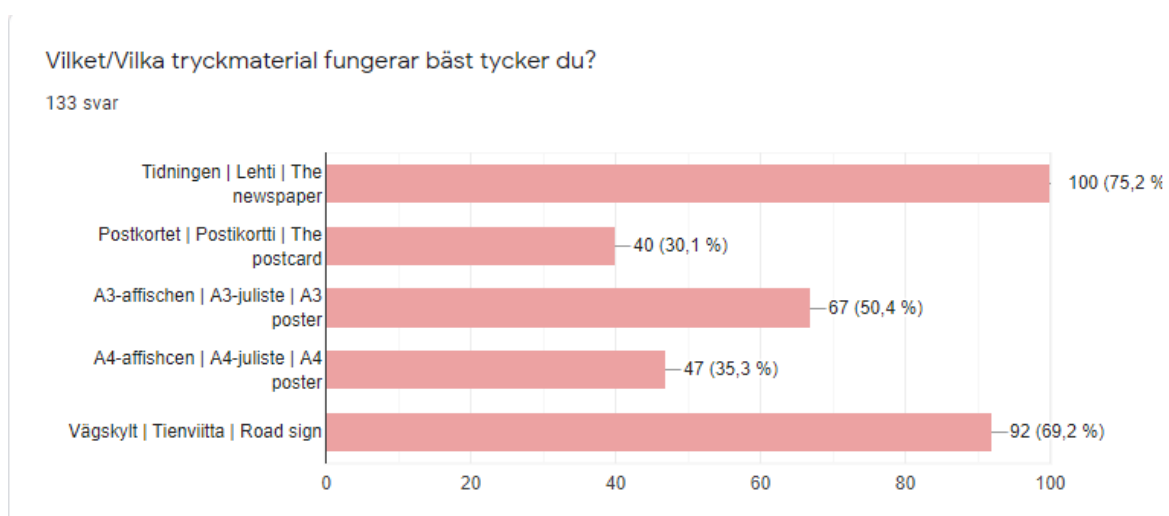
“Kiitos tapahtumasta! On tosi hienoa että on tällainen taide/kulttuuritapahtuma joka yhdistää koko Suomen! Olen iloinen että olen päässyt mukaan”

“Öppet för alla besökare. Man kan göra det på ett sätt som passar ens eget arbete.”

Av de som hade svarat hade 50 % inte deltagit i fjol. Av de svarande som deltagit i fjol hade 25 % färre besökare i år och 25 % flera besökare. Många poängterade vikten av lokal marknadsföring och att samarbete med till exempel museum ger goda synergieffekter.

Majoriteten av de som svarat på utvärderingen enkäten upplevde att kommunikationen med arrangören förlöpt bra. Kommentaren till varför det upplevts som dålig var främst att det kom för många e-postmeddelanden, ändå svarade 100% att de tycker e-post fungerar som informationskanal.

Konstrundantidningen fick i enkäten bästa betyget av de tryckmaterial som gjordes. De nya vägskyllarna var också populära. Affischerna gjordes i år i formaten A3 och A4 och av dem var den större affischen populär, en del hade önskat affischen i större format. De fysiska materialen fick tack för att vara av hög kvalitet, även om det också ifrågasattes deras relevans och om inte digital marknadsföring är mer effektiv.



Fortfarande toppar tidningsartiklarna listan över hur deltagarna upplever de viktigaste marknadsföringsåtgärderna medan sociala medier kommer på andra plats. I kommentarerna kommer det fram önskemål att utveckla kommunikationen på sociala medier och bättre kontakt och synlighet i den finskspråkiga pressen.

Gällande innehållet på sociala medier önskades det mer personliga presentationer av konstnärer och deras arbeten. Överlag var deltagarna nöjda med innehållet på Facebook och Instagram i år.

72,2 % av dem som svarade på enkäten svarade att de kommer att ansöka om att få delta i Konstrundan nästa år igen och 24,8 % kunde ej ännu ge besked. De som svarat att de inte tänker delta angav tidpunkten, tidsbrist samt för lite deltagare på samma område som orsaker.

Det bästa med Konstrundan är möten med publiken, diskussionerna, den positiva atmosfären och försäljningen. Evenemanget skapar synlighet för aktörer på mindre orter samt gemenskap bland de som deltar. Att det är gratis för deltagarna, väl organiserat och landsomfattande och att informationen ges på tre språk uppskattades av många.

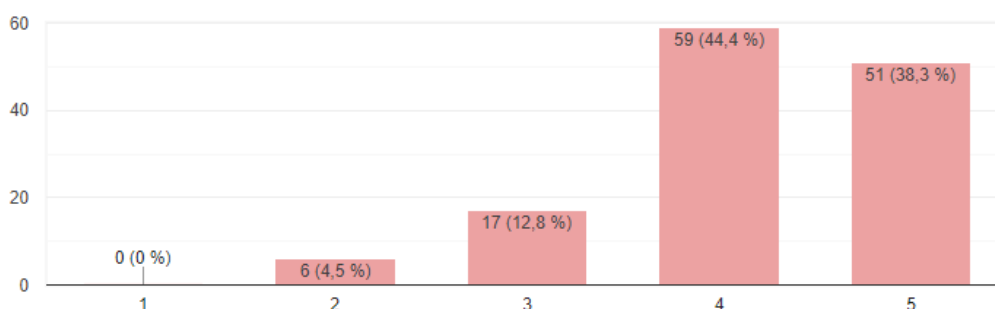
En del efterlyser allmänt mera marknadsföring lokalt och bättre kontakt till press och media. Några skulle gärna ändra på tidpunkten. På vissa orter är Konstrundan ännu ett relativt okänt evenemang. Flera besökspunkter vore önskvärt, i synnerhet på mindre orter. Några lyfte fram att Konstrundan borde ha ett finskspråkigt namn. Bland svaren fanns också många andra konstruktiva förslag gällande till exempel marknadsföring och kommunikation. I planeringen av kommande rundor beaktar vi all feedback vi fått.

I år frågade vi i enkäten om deltagaren haft försäljning och hur mycket det var under Konstrundan. 80 % svarade att de haft försäljning under evenemanget, 40 % hade sålt mellan 0-100 €, 45 % hade sålt mellan 100-1 000 € och 15 % hade sålt över 1 000 €. Uppskattningsvis har således deltagarnas försäljning under Konstrundan uppgått till åtminstone 150 000 €.

Vi frågade också huruvida deltagarna upplever att Konstrundan skapar mervärde, deltagarna fick svara på skalan 1-5 (inte så mycket - väldigt mycket). Största delen svarade att det ser ut att Konstrundan skapar ett mervärde.

Upplever du att deltagande i Konstrundan skapar mervärde för dig?

133 svar



## Lotteri

Årets lotterivinster valdes av en hemlig urvalsgrupp. I lotteriet ingick en vinst per region och vikt lades vid att få med såväl konst, konsthantverk och formgivning. Vinnarna drogs på styrgruppens möte i september. Totalt skickades 7 127 (4 898) lotter in.

### Konstnär och verk

- 1 Marianne Kaustinen, Karleby. *Pupulaiset*, 2021
- 2 Kaisa Sirén, Rovaniemi. *Aamuruuhkaa*, 2018
- 3 Peter Winquist, Eckerö. *Moln i byxor*
- 4 Gunzi Holmström, Helsingfors. *Granens bön*, 2020
- 5 Hannele Köngäs, Åbo. *Handvävd scarf*
- 6 Markus Mäkinen, Notsjö. *Abstract possibility 2*, 2020
- 7 Ritva Sirjala, Sibbo. *Ruukut*, 2021
- 8 Koivisto Studio, Högfors. *Kehto*

### Vinnare

- 1 Jaana Vanhala, Kotka
- 2 Erkki Evilä, Nummela
- 3 Michelle Ferm, Österhankmo
- 4 Viola Norrgård, Pålssböle
- 5 Inger Sagulin, Mariehamn
- 6 Pirjo Hummelin, Aura
- 7 Annika Kantokari, Helsingfors
- 8 Siiri Salo, Helsingfors

Samtliga vinnare har gett sitt samtycke till att deras namn får publiceras på Konstrundans facebook- och hemsida.

## Konstens fredag 3.9.2021

I samband med Konstrundan har det sedan år 2012 ordnats olika verkstäder för barn på Konstens fredag. Verkstäderna har genererat möten mellan konstnärerna och barnen och utöver själva skapandet har barnen fått kontakt med och en inblick i den kreativa aktörens yrke. Verkstäderna har uppskattats stort men p.g.a. ekonomiska och praktiska begränsningar har dessa nått endast en handfull barn på enstaka orter, främst i Svenskfinland.

Konstens fredag  
Taiteen perjantai

Tack vare ett riktat understöd av stiftelsen Brita Maria Renlunds minne förnyades konceptet för Konstens fredag år 2020. För att nå så ut till så många barn som möjligt producerade vi en film på vilken en konstnär presenterade en gratis konstuppgift. Den huvudsakliga målgruppen var alla barn i lågstadietålder.

År 2021 genomfördes Konstens fredag enligt samma koncept. Akvarellmålaren Anette Gustafsson från Åland valdes till huvudperson i filmen. Hon planerade en uppgift som fick namnet "Den fantastiska akvarellen" och tack vare Anettes strålande insats blev filmen mycket inspirerande och den har fått väldigt god kritik.

Av produktionsbolaget Luvid Film beställdes två filmer. På den ena talar Anette svenska och filmen har svensk textning. Den andra är dubbad till finska och har finsk textning.

Filmerna lanserades på Konstens fredag 3.9.2021 och de distribuerades på Konstrundans hemsida och sociala medier. Konstens fredag marknadsfördes också med annonser i tidningarna Läraren och Opettaja.

Årets film har fått stor spridning och visats på Facebook på svenska 586 gånger och på finska 197 gånger. På Youtube har filmen visats 89 gånger på svenska och 299 gånger på finska. Eftersom det är frivilligt att skicka in resultaten från uppgiften vet vi inte hur många barn som tagit del av uppgiften. Med med drygt 1 000 visningar hoppas vi att mer än 3 000 barn har fått utföra uppgiften.

Lärarna eller föräldrarna ombads att ladda upp bilder av barnens konstverk på Instagram [#konstensfredag](#) [#taiteenperjantai](#) [#konstrundan](#) [#konstrundan2021](#). Såväl årets som fjolårets film ligger kvar på Konstrundans hemsida och Facebook, så att uppgifterna kan utföras också senare.

## Konstens afton 19.8.2021

I slutet av år 2019 föddes en tanke på att ordna en Konstrundanauktion till förmån för ett gott ändamål. Målet var att främja försäljningen av deltagarnas alster samt att få positiv synlighet för Konstrundan. P.g.a. coronan ställdes planerna in år 2020, men år 2021 inleddes ett samarbete med auktionshuset Helander och Fiskars Bruk och Konstens afton arrangerades den 19.8.2021.

Alla Konstrundans deltagare fick föreslå ett verk till auktionen. Totalt inkom 115 förslag och samtliga togs med till auktionen. Konstnären fick själv ange startpriset, vilket skulle tillfalla dem om verket såldes. Helander fotograferade samtliga verk och auktionskatalogen visades på [www.helander.com](http://www.helander.com) en vecka innan auktionen.

Auktionen skulle genomföras som ett fysiskt evenemang i Fiskars Bruk samt som en online-auktion över nätet. Coronaläget medförde att tillställningen i Fiskars ställdes in. Således genomfördes auktionen endast som en nätauktion. Helander skötte själva auktionen och som mäklare fungerade Mika Sirén.

Den totala försäljningen blev betydligt lägre än väntat. Endast 45 verk såldes till ett totalt belopp av 13 050 €, av vilket största delen tillföll konstnärerna. Skillnaden eller 3 000 € donerades till den kreativa och konstnärliga verksamheten vid Nya Barnsjukhuset i Helsingfors.

Helander erbjöd ett nytt försäljningstillfälle för de osålda verken och på den auktionen såldes ytterligare tre verk.

Å arrangörens vägnar kan konstateras att upplägget var arbetsdrygt. Det krävdes flera påminnelser innan all information var insamlad och det var också mycket jobb med att returnera de osålda verken.

Konstens afton ansågs av deltagarna vara en bra och rolig idé som gärna kan göras igen. Av stor vikt vore då att auktionen i så fall genomförs som både en online-auktion och som ett fysiskt evenemang, som streamas på nätet. Förutsatt att auktionshuset Helander och Fiskars Bruk ställer upp som samarbetspartner igen, ska vi utveckla konceptet på basen av erfarenheterna från i år.



## Administration

Åbolands hantverk rf är arrangör för Konstrundan. Åbolands hantverk utser en styrgrupp som år 2021 bestod av Maija Albrecht, Sebastian Jansson, Eliisa Riikonen, Johan Sandås, Leena Stolzmann och Hanna Wiik-Rosenqvist.

Martina Lindberg är projektledare för Konstrundan med en uppskattad arbetstid på ca 70%. Konstrundan har en arbetspunkt i Åbolands hantverk rf's kontor i samband med Gullkrona Shop i Pargas men sedan pandemins utbrott har Martina arbetat hemifrån.

Under sommaren 2021 gjorde Veronica Svenskberg en del av sin yrkespraktik för Konstrundan. Praktiken ingår i Veronicas studier till kulturproducent vid Yrkeshögskolan Arcada. I oktober anställdes hon på timbasis som sekreterare för Konstrundan.

Följande personer anlitas på timlön som regionkontakter i de olika regionerna:

Leena Stolzmann för Östra Nyland,  
Ida Taavitsainen för Helsingfors,  
Jani A. Purhonen för Västra Nyland,  
Oona Haapamäki för Österbotten  
Leila Cromwell-Morgan Lönnroth på Åland  
Ami Avellán för Norra Finland, som blev en egen region detta år.

För andra året i rad tecknades ett samarbetsavtal med Yrkeshögskolan Novia. Novia, höll öppna dörrar på skolan under Konstrundan. Det här gav en möjlighet för allmänheten att följa med kommande talanger inom konstindustrin samt en möjlighet för personer som är intresserade av att utbilda sig inom området att bekanta sig med utbildningarna. Regionkontakten för Österbotten, Oona Haapamäki, anställdes som en del av detta avtal.

Alla regionkontakter har arbetat hemifrån och som en positiv följd av coronan hölls regelbundna veckomöten över Zoom.

I september gjorde regionkontakterna en gemensam resa till Åland. Oona och Jani kunde inte delta i resan, under vilken årets Konstrunda utvärderades, planeringen av nästa år inleddes och så besökte gruppen flera av årets deltagare.

År 2021 har Nanne Nylund fungerat som Konstrundans grafiker. Konstrundans hemsida [www.konstrundan.fi](http://www.konstrundan.fi) upprätthålls av Webbhuset.

## Ekonomi

Konstrundan är ett fristående projekt som inte genererar några egna intäkter. Omsättningen uppgår till ca 200 000 € per år och verksamheten anpassas efter de understöd som beviljas. De största kostnaderna utgörs av personalkostnader och marknadsföringskostnader, speciellt då Konstrundan-tidningen.

Förenklat kan man säga att Konstrundans omsättning är marknadsföring fördelat på de enskilda deltagarna, men eftersom Konstrundan aktivt lyfter fram och arbetar för hela det kreativa fältet i Finland tror vi att Konstrundan stöder och marknadsför betydligt flera kreativa aktörer.

För Konstrundan 2021 riktar vi ett varmt tack för understöden till: Svenska Kulturfonden, Föreningen Konstsamfundet, Stiftelsen Brita Maria Renlunds minne, Stiftelsen Emilie och Rudolf Gesellius fond, Eugène, Elisabeth och Birgit Nygréns stiftelse samt William Thuring's stiftelse och Waldemar von Frenckells stiftelse.

**Varmt tack till alla som genom gott samarbete på olika sätt hjälpt och understött genomförandet av Konstrundan 2021.**

## Framtidsutsikter

Konstrundan är en omfattande helhet och ett uppskattat nationellt evenemang med professionellt innehåll. Flera utmaningar har beskrivits i denna utvärdering och vi söker ständigt efter en bredare finansieringsbas samt hållbara lösningar för att på bästa möjliga sätt kunna förbättra och utveckla verksamheten.

Målet är att alltjämt utveckla programmet kring och under Konstrundan och locka flera besökare till ateljéerna och verkstäderna för att stödja och främja det kreativa fältet i vårt land.

\*\*\*\*\*

Denna rapport är sammanställd i oktober 2021 av:  
projektledare Martina Lindberg 044 977 0773, konstrundan.aboland@gmail.com  
och sekreterare Veronica Svenskberg, konstrundan.praktikant@gmail.com