

konstrundan

Utvärderingsrapport 2023



Illustration: Timo Mänttari



Svenska
kulturfonden

KONSTSAMFUNDET



Stiftelsen Emilie och Rudolf
Gesellius fond

Eugène, Elisabeth och Birgit
NYGRÉNS STIFTELSE

WALDEMAR
von Frenckells
STIFTELSE

William Thuring's
stiftelse

Konstrundan 2023

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

År 2023 ordnades Konstrundan under det första veckoslutet i september, 2-3.9.2023. I år hade vi totalt 234 (föregående år 282) besökspunkter från Kovero vid Joensuu i öst till Eckerö i väst och från Raseborg i syd till Inari norr. Då flera besökspunkter hade flera deltagare, uppgår totala antalet deltagare till 347 (442) personer. 8 deltagare drog sig ur av olika orsaker vilket betyder att 339 aktörer deltog år 2023. Av deltagarna var cirka 28 % svenskspråkiga, 65 % finskspråkiga och 7 % meddelade att de hade engelska eller annat språk som främsta språk. År 2023 hade Konstrundan 31 500 (22 780) besök.

Kultra Ry's huvudsekreterare Rosa Meriläinen var beskyddare för Konstrundan 2023.

Som en del av Konstrundan ordnades **Konstens fredag 1.9.2023**. Konstens fredag producerade en film med en konstpedagogisk uppgift som distribuerades till alla lågstadieskolor i Finland. Äldre skolklasser och föreningar erbjöds möjligheten till gruppbesök hos flera av deltagarna i Konstrundan.

Bakgrund

Konstrundan ordnades första gången i Finland år 2008 som en del av Svenska Kulturfondens 100-års jubileumsprogram. 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 ett starkare nätverk mellan dem. Konstrundan ordnades i början främst i de svenskspråkiga regionerna men intresset har ökat i de mer finskspråkiga regionerna.

Konstrundan strävar efter att öka synligheten för konst, konsthantverk och formgivning och arbetar målmedvetet för att påverka allmänhetens inställning till att köpa konst och konsthantverk. 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 2023 var 20.1–20.2.2023. Det kom in 353 (449) ansökningar. Av dessa ansökte 36,8 % för första gången och 63,2 % hade deltagit tidigare. I år igen var det inte möjligt för grupper att ansöka utan det krävdes en personlig ansökan.

Juryen höll sitt möte den 6.3.2023. Tre ansökningar refuserades för att de inte uppfyllde ansökningskriterierna. Av de antagna representerade 58 % i första hand visuell konst, 9,5 % konsthantverk och hantverk, 2,2 % konstindustri och formgivning och 31 % en kombination av flera olika grenar.

Förberedelser inför årets Konstrunda

Då årets deltagare var klara inleddes det omfattande förberedelsearbetet inför årets Konstrunda. Planeringen påverkades inte längre av pandemin eller av kriget i Ukraina, men helt tydligt kunde det konstateras att i dessa tider behövs kultur mer än tidigare.

Konstrundan 2-3.9.2023

Allmänt kan konstateras att Konstrundan i år förlöpte enligt plan och resulterade i ett väldigt lyckat och uppskattat evenemang.

Besökarantalet uppgick till drygt 31 000 (22 780) besök! I medeltal hade varje besökspunkt 89 besök (65).

Besökarantalen varierade mellan 2 och 428. De lägsta besökarsiffrorna hade deltagare som var enskilt eller avlägset belägna.

Flera deltagare erbjöd besökarna på olika arbetsuppvisningar, prova-på-verkstäder eller annat program.

Marknadsföring

Tidningen är en viktig och omtyckt del av marknadsföringen av 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 färggranna illustration gjordes av illustratör Timo Mänttari.

Tidningen gjordes igen genomgående på svenska, finska och engelska. De omtyckta intervjuerna var korta i tidningen, men längre versioner fanns på Konstrundans hemsida. Intervjuerna skrevs och översattes av region kontakterna: Veronica Svenskberg intervjuade Alexandra Lindqvist, Therese Hjalmarstrand skrev om Berit Olander, Leena Stolzmann skrev om Aino Ulmanen och hur hon målar med aska, Frida Gullichsen intervjuade Antero Kare och Arni Aromaa, Nicole Hjelt skrev om Christa Friberg och Hanna Holma och Ami Avellán intervjuade Helena Junttila.

Rosa Meriläinens hälsning i tidningen utgjorde ett uppskattat inslag. I hälsningen lyfte hon fram att alla människor ska ha rätt att skapa konst. Konsten behandlar alla känslor och hjälper oss därför att bli hela människor.

Eftersom Konstrundans deltagarantal var lite färre än ifjol, hade tidningen i år 24 sidor.

I tidningen ingick annonser av Kulturföreningen Grand, Proto, Luckan, Pro Artibus, Gullkrona Shop, Yrkeshögskolan Novia, KWUM, Seinäjoen taidehalli, Ordkonstskolan och NiPÅ. Flera annonser ingick i samarbetsavtal och värdet av den direkta annonsförsäljningen uppgick till 915 €.

Tidningen skickades ut som tabloidbilaga med flera svenskspråkiga dagstidningar.

I Nyland	Hufvudstadsbladet	24 000 ex
	Västra Nyland	6 100 ex
	Östnyland	5 400 ex
I Åboland	Åbo Underrättelser	6 200 ex
	Pargas Kungörelser	3 700 ex
I Österbotten	Vasabladet	15 700 ex
	Österbottens Tidning	11 500 ex
	Sydin	5 225 ex
På Åland delades tidningen ut till alla hushåll		14 000 ex

För direktutdelning av deltagarna och Konstrundanteamet beställdes ytterligare 20 000 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 113 800 exemplar i år.

Konstrundan hade i år digitala annonser i HS.fi, Sanoma och KSF. Den digitala kampanjen var under tiden 3.8-3.9

Frida Gullichsen ansvarade för Facebook och Instagram och gjorde regelbundna och högt uppskattade inlägg på plattformarna. Inläggen bestod av material av deltagarna och Frida hade lagt upp dem enligt tema.

Konstrundan fick många följare under året och på hösten hade vi ca 4 900 följare på Facebook och ca 3000 på Instagram. Under veckan inför Konstrundan hade inläggen på Facebook en räckvidd på ca 14 500 konton och Instagram ca 6 500 konton, vilket betyder att det fördubblades jämfört med 2022. Under året (1.1 – 5.9.2022) har Facebooks räckvidd ökat med 81 % jämfört med förra året medan Instagram har minskat med 20 %.

För femte 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.

Datum	Räckvidd (konton)	Deltagare
5–11.6	1 120	Jirko Viljane, Egentliga Finland
12–18.6	41 800	Johanna Särje, Östra Nyland
19–25.6	1 307	Sullydogstar, Huvudstadsregionen
26.6–2.7	1 225	Heidi Suikkanen, Södra Karelen
3.7–9.7	719	Jone Mutka, Egentliga Finland
10–16.7	2 089	Camilla Forsén-Ström, Österbotten
17–23.7	1 076	Johan Karlsson, Åland
24–30.7	1 425	Heidi Toivanen, Norra Finland
31.7–6.8	423	Timo Ahjotuli, Västra Nyland

Liksom tidigare år beställdes affischer och postkort att användas som direktreklam. Materialet delades ut till deltagarna som sedan delade dessa vidare i sina egna nätverk. Totalt trycktes 5 500 st affischer i storlekarna A2, A3 och A4, 10 000 st postkort och 550 st väderbeständiga vägvisningsskyltar i storlek 45 x 45 cm.

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. Det ingick även inslag om Konstrundan i flera av YLE:s kanalen.

Kommunikation med deltagarna

12–19 juni ordnades 12 infoträffar i de olika regionerna för såväl deltagarna som för medias representanter. Regionkontakterna agerade värdar under tillfällena och informerade om årets Konstrunda och delade ut marknadsföringsmaterial. Deltagarna i de flesta regionerna deltog aktivt. I Östra Finland ordnades det inte någon infoträff utan materialet skickades direkt till deltagarna.

Den 13.6 ordnades det tre online infoträffar en på svenska, en på finska och en på engelska. Träffarna bandades in och sattes upp på Konstrundans webbplats, så att deltagarna kunde se på dem i efterhand.

Flera platser tog också emot marknadsföringsmaterialet så att deltagarna kunde hämta sitt material då det passade dem. Tack till bl.a. Kabelfabriken, Kasåkern, Luckan i Karis, Kyrkslätt och Borgå, Nordens Institut på Åland, Novia i Jakobstad och Vasa Bibliotek.

Efter att årets deltagare blivit valda skickades totalt tre (3) 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. Det sammanställdes en deltagarguide med all väsentlig information om vad deltagaren skulle göra inför och under Konstrundan.

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 174 svar, vilket betyder att ca 50 % av deltagarna svarade. Svaren var rätt jämnt fördelade i regionerna och största delen var väldigt positiva.

Kommentarer av årets deltagare:

“Att få träffa många konstintresserade men även öppna upp för de som annars inte har tillgång till konsten”

“It’s a nice way to connect with other artists and push myself to do my best work for a specific purpose.”

“Näkyvyys ja se, että ihmiset pääsevät nauttimaan taiteesta ja käsi työpajoista viikonlopun ajan ilmaiseksi. Kaikki saavat nauttia, tulee hyviä keskusteluja yllättävissäkin näkökulmista. Yksinyrittäjälle monipuolinen asiakaskunta on hieno peilauspinta arkityöhön.”

“Alla trevliga människor, allt pepp, all uppmuntran, alla nya idéer de delar med sig av, alla önskningar”.

“Hyvät valmiit markkinointimateriaalit ja hyvä visuaalinen ilme. “

“Kontakten med andra människor, som man annars aldrig träffar. Möjlighet att prata om konst.”

“Valtava määrä uusia ihmisiä jotka oli lumoutuneita kokemastaan. “

“Låg tröskel och fokus inte så mycket på försäljning som på mötet mellan konstnär och publik vilket i det långa loppet är det viktigaste.”

“Att träffa och prata med folk i ateljén, knyta nya kontakter, och fördjupa de relationer som inletts under tidigare Konstrundor”

“Ihmisten tapaaminen ja sen antama motivaatio luoda uutta!”

“Att nya människor med intresse på konst kan söka i Konstrundans sida vilka konstnärer finns där, vad de gör och hur man hittar dit.

“Trevligt att visa vad jag håller på med och också att få verk sålda”.

“I am very grateful to the organizers, I really enjoyed my 1st Konstrundan”.

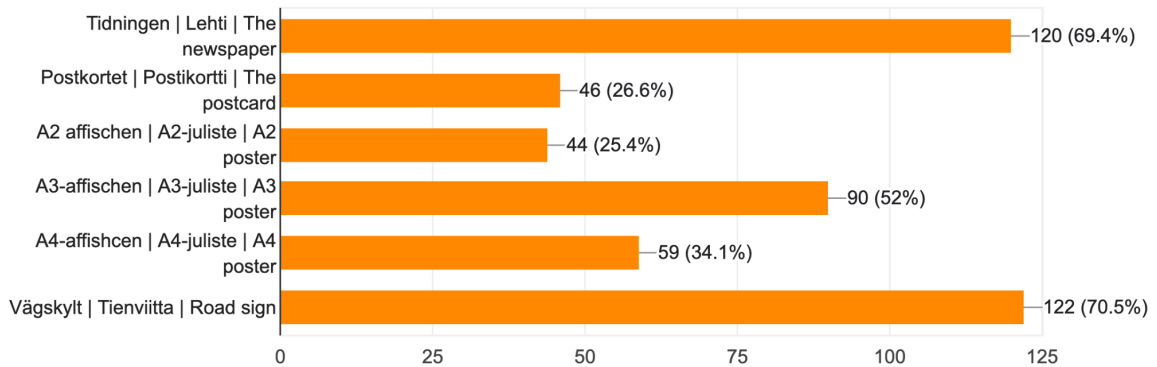
Deltagare som aktivt marknadsfört sin medverkan i Konstrundan hade många besökare liksom deltagare på orter där det fanns flera deltagare nära varandra.

Majoriteten av de som svarat på enkäten upplevde att kommunikationen med arrangören förflöpt bra. Deltagarna var tacksamma över att vi koncentrerat all info och inte skickade ut lika många e-post som tidigare. De flesta av deltagarna föredrar dock e-post som informationskanal.

Konstrundantidningen ansågs som en av de viktigaste av de tryckmaterial som gjordes. Även vägskyltarna som nu var med för tredje gången var högt på listan. Affischerna gjordes i år i formaten A2, A3 och A4 och av dem var A3 affischen populärast. Postkortet var inte så populära. De fysiska materialen konstaterades vara av hög kvalitet, även om det också ifrågasattes deras relevans, speciellt mängden av dem, samt om inte digital marknadsföring är mer effektiv.

Vilket/Vilka tryckmaterial fungerar bäst tycker du?

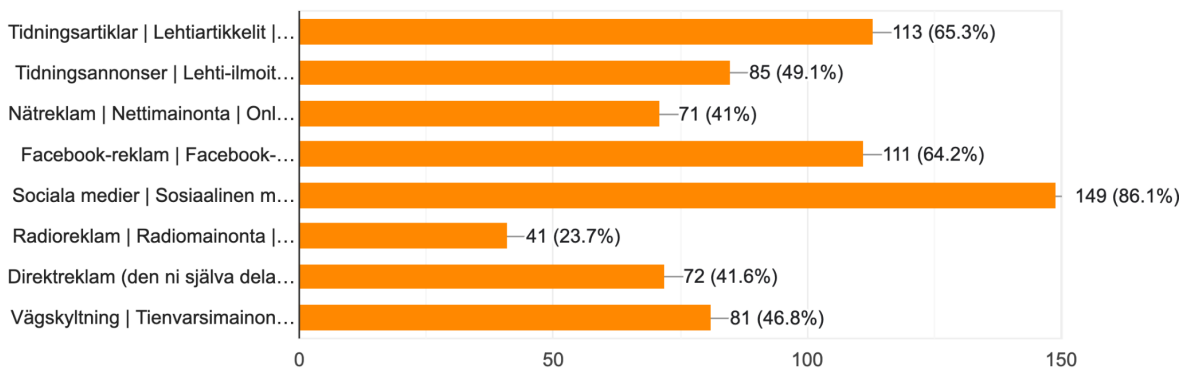
173 responses



Sociala medier upplevs som den marknadsföringskanal som fungerar bäst framom tidningsartiklar och vägs skyltar. Gällande innehållet på sociala medier önskades det mer personliga presentationer och korta intervjuer av konstnärer och presentationer av deras arbeten. Överlag var deltagarna nöjda med innehållet på Facebook och Instagram i år.

Vilken form av marknadsföring fungerar bäst för Konstrundan enligt dig?

173 responses



68% % av dem som svarade på enkäten svarade att de kommer att ansöka om att få delta i Konstrundan nästa år igen. De som svarat att de inte tänker delta angav tidpunkten, tidsbrist samt för lite deltagare i sitt område och för lite besök 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 dem som deltar. Att Konstrundan är väl organiserat och landsomfattande och att informationen ges på tre språk uppskattades av många.

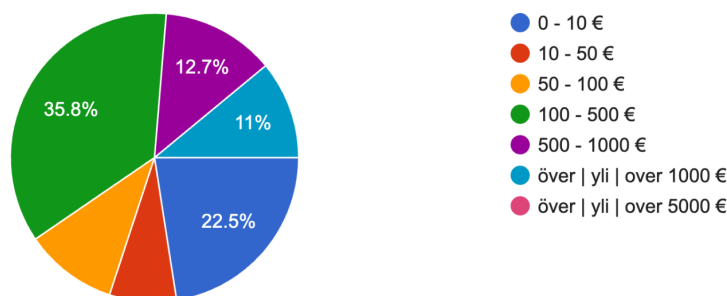
En del efterlyser allmänt mera marknadsföring lokalt och bättre kontakt till press och media. Några skulle gärna ändra på tidpunkten. På vissa orter är Konstrundan ännu ett relativt okänt evenemang. Flera besökspunkter vore önskvärt i synnerhet på mindre och mera avlägsna orter. Frågan om Konstrundan borde ha ett finskspråkigt namn fanns även med bland svaren, motiveringen till det här var ofta att det svenskspråkiga namnet avskräcker besökare. Bland svaren fanns också många andra konstruktiva förslag, t.ex. gällande marknadsföring och kommunikation. I planeringen av kommande rundor beaktar vi all feedback vi fått.

Vi frågade om deltagarna haft försäljning och hur mycket det var under Konstrundan. Ungefär 76 % svarade att de haft försäljning under evenemanget, 40 % hade sålt

mellan 0–100 €, 24 % hade sålt mellan 100–1 000 € och 11 % hade sålt över 1 000 €. Uppskattningsvis har således deltagarnas försäljning under Konstrundan åtminstone uppgått till 70 000 €.

För vilken summa sålde du produkter/konst? (enbart för statistik)

173 responses



Vi frågade också av deltagarna hur de upplevt den nya deltagaravgiften på 20 euro som vi införde i år. 75 % av de som svarade anser att det var värt att delta i Konstrundan trots deltagaravgiften. 17% av deltagarna ansåg att deltagaravgiften var för hög. 8% kunde inte säga.

Lotteri

Det omtyckta konstlotteriet ordnades även i år. I lotteriet ingick en vinst per region och vikt lades vid att få med såväl konst, konsthantverk och formgivning. Vinsterna lottas ut i oktober och vinnarna meddelas genast efter det.

Konstnär och verk

- 1 Pirjo Vartiainen, Siilinjärvi, Splash
- 2 Pirjo Lempeä, Uleåborg, Aamusuma Saivojärvellä
- 3 Jaana Tirkkonen, Lahtis, Väska i bomull
- 4 Cornelius Colliander, Pargas, Fat
- 5 Ulla Fogelholm, Helsingfors, 6 espressokoppar i stengods
- 6 Jutta Policja, Åland, Evening Glow
- 7 Tarja Rantala, Nurmijärvi, Ihanainen
- 8 Owe Åsvik, Karleby, Måltid

Vinnare

- Vinsterna lottas ut i oktober
Vinnarna meddelas genast efter det

Konstens fredag 1.9.2023

I samband med Konstrundan har det sedan år 2012 ordnats olika verkstäder för barn på Konstens fredag. Verkstäderna genererade möten mellan konstnärerna och barnen och utöver själva skapandet fick barnen kontakt med och en inblick i den kreativa aktörens yrke.

Tack vare ett rikt understöd av stiftelsen Brita Maria Renlunds minne förnyades konceptet för Konstens fredag år 2020. För att nå ut till så många barn som möjligt producerade vi en film där en konstnär presenterade en gratis konst uppgift. Den huvudsakliga målgruppen är alla barn i lågstadieålder.

År 2023 genomfördes Konstens fredag enligt samma koncept. Konstnären Maikku Huovila från Sibbo valdes till huvudperson i filmen. Hon planerade en uppgift som fick namnet "En bra plats" där hon ville visa oss att var och en har en bild av en bra plats som är viktig eller betydelsefull för oss och som också kan fungera som en bild av en tillflyktsort i svåra stunder. Under sessionen får alla vägledning för att skapa sin egen målning av "en bra plats" med hjälp av olika material och blandade medier.

Produktionsbolaget Filmbutik spelade in filmen på finska och sedan dubbades den till

KONSTENS FREDAG
TAITEEN PERJANTAI
ART FRIDAY

svenska och engelska. Filmerna fick också textning till respektive språk. Filmerna laddades upp på Youtube så att tittaren själv kan välja vilket hen vill se på. Filmen kan också ses via Konstrundans hemsida och Facebook-sida.

Filmen lanserades på Konstens fredag 1.9.2023. Konstens fredag marknadsfördes genom pressmeddelanden, på sociala medier och genom infobrev till intressenter.

Årets film har fått stor spridning och visats på Facebook på svenska över 500 gånger och på finska över 200 gånger. På Youtube har filmen visats ca 100 gånger på svenska och 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 5 000 barn har fått utföra uppgiften.

Lärarna eller föräldrarna ombads att ladda upp bilder av barnens konstverk på Instagram och använda hashtaggen *#konstensfredag #taiteenperjantai #konstrundan #konstrundan2023*. Filmerna från 2020, 2021, 2022 samt årets film ligger kvar på Konstrundans hemsida och Youtube, så att uppgifterna också kan utföras senare.

För vidareutveckling av Konstens Fredag kommer vi att fundera över tidpunkten samt hur vi kan skapa en bättre kontakt till lärarna och hur ska vi göra resultatet mera mätbart. Det kunde löna sig att söka samarbetspartner inom media och erbjuda konceptet till dem. Även utvalda skolor som centrala samarbetspartner kan ge oss mera feedback för att kunna utveckla konceptet vidare.

Konstrundan Bingo!

År 2022 lanserade vi en bingoblankett som år 2023 formgavs av Frida Gullichsen. Bingoblanketten fanns på hemsidan för Konstens Fredag och gick att skriva ut eller att spela online på mobilen.

Gruppbesök hos deltagare 1.9.2023

Ungefär 147 deltagare meddelade i år att de gärna tar emot gruppbesök under fredagen 1.9.2023. Vi informerade skolor och föreningar om möjligheten och uppmanade dem att själva kontakta deltagarna och boka in ett besök. Totalt utnyttjade ca 50 grupper / ca 700 personer möjligheten att besöka ateljéerna under Konstens Fredag.

Administration

Åbolands hantverk rf var 2023 arrangör för Konstrundan. Åbolands hantverk utsåg en styrgrupp som år 2023 bestod av Maija Albrecht, Sebastian Jansson, Johan Sandås, Leena Stolzmann och Hanna Wiik-Rosenqvist.

Martina Lindberg var projektledare för Konstrundan fram till augusti och efter det tog Frida Gullichsen över. Gullichsen var regionkontakt för Helsingfors från årets början och skötte även den digitala marknadsföringen. Projektledaren har en uppskattad arbetstid på ca 70%. Konstrundan har en arbetspunkt i Åbolands hantverk rf's kontor i samband med Gullkrona Shop i Pargas men i praktiken har både Martina och Frida arbetat hemifrån.

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

Veronica Svenskberg för Kymmendalen, Södra Karelen och Östra Finlands län
Leena Stolzmann för Östra Nyland och Päijänne
Frida Gullichsen för Helsingfors
Nicole Hjelt Västra Nyland och Egentliga Tavastland
Therese Hjalmarstrand på Åland
Nicole Hjelt för Österbotten fram till maj 2023
Ami Avellán för Norra Finland

I maj 2023 anlitas Heidi Stenberg som regionkontakt för Österbotten som ersättare för Nicole Hjelt. Hjelt fortsatte som regionkontakt för Västra Nyland och Egentliga Tavastland.

För fjärde året i rad samarbetade vi med Yrkehögskolan 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.

Alla regionkontakter har arbetat hemifrån och de regelbundna veckomöten som införts under pandemiåret 2020 fortsatte och var uppskattade.

År 2023 har Nanne Nylund fungerat som Konstrundans grafiker. Konstrundans hemsida www.konstrundan.fi upprätthålls av Webbhuset och Veronica har skött om hemsidans innehåll och uppdatering.

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.

Resultatet, i skrivande stund i september, för år 2023, kommer bli +2000 €.

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.

Konstrundan 2023 riktar 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 Thuringss stiftelse och Waldemar von Frenckells stiftelse.

Varmt tack till alla som genom gott samarbete på olika sätt hjälpt och understött genomförandet av Konstrundan 2023.

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 september 2023 av:
projektledare Frida Gullichsen 040 370 63 27, konstrundan.helsingfors@gmail.com
och sekreterare Anne Johansson Padilla, konstrundan.info@gmail.com