



konstrundan

Utvärderingsrapport Konstrundan 2018

Sammanställd av projektledare Julia Nyman, Åbolands hantverk rf
0449770773, konstrundan.aboland@gmail.com

Illustration: M. G. Lönnberg

taito
ÅBOLAND
ÅBOLANDS HANTVERK RF



**Svenska
kulturfonden**

Konstsamfundet

Konstrundan 2018

Bakgrund

Visionen och den övergripande målsättningen för Konstrundan är att årligen öppna dörrarna till konstnärer, hantverkare och formgivare i de tvåspråkiga regionerna i Finland, samt att etablera starkare nätverk dessa emellan. Projektet strävar efter att generellt öka synligheten för konst, konsthantverk och formgivning. Konstrundan arbetar för att i ännu större grad försöka påverka allmänhetens inställning till att köpa konst och marknadsföra som ett evenemang där man har möjlighet att köpa konst direkt från konstnären. Det långsiktiga målet är att konstnärerna skall kunna livnära sig på sin konst.

Konstrundan ordnas första gången år 2008 som en del av Svenska Kulturfondens 100-årsjubileumsprogram. Sedan dess har evenemanget ordnats varje år. Åbolands hantverk rf är huvudman för evenemanget.

Evenemanget

Konstrundan ordnades 8–9.9.2018 och fredagen 7.9 var det Konstens fredag. Det fanns besökspunkter från S:t Michel i öst till Eckerö i väst och från Hangö i syd till Enare i norr. De flesta besökspunkterna finns längs med kusten och på Åland, men deltagare finns också i Raumo, Tammerfors, Tavastehus, S:t Michel och Lappland samt för första gången i Björneborg.

Ansökning och sällning

Ansökningstiden till Konstrundan var 21.1–22.2.2018. Det kom in 246 ansökningar som fördelade sig regionvis enligt följande: Östra Nyland 27, Helsingfors 50, Västra Nyland 29, Åboland 40, Åland 28, Österbotten 32 och Annan region 40.

Fyra personer från konst-, formgivning- och hantverksfältet hade bjudits in till juryn. Under en dag i mars avklarade de den digra uppgiften att gå igenom och utvärdera alla ansökningar. Konstrundan förespråkar transparens i sin organisation och juryns identitet är det enda som hålls hemligt. Det här för att juryn ska få arbetsro. Jurymedlemmarna utövade sin rätt att jäva sig då det behövdes.

Av de sökande antogs 220 som deltagare i Konstrundan. De godkända deltagarna fördelades regionvis så här: Östra Nyland, 24, Helsingfors 44, Västra Nyland 25, Åboland 41, Åland 24, Österbotten 28, Annan region 34.

I Åboland blev det fler deltagare än sökande eftersom ett par sökande bytte region. Det var också ett par som drog tillbaks sin ansökan och tyvärr också en sökande som plötsligt gick bort innan ansökningarna behandlades. Det slutliga antalet besökspunkter var 218.

Under utvärderingen hade juryn möjlighet att föreslå kandidater till Konstrundans konstlotteri. Projektledaren sammanställde de här förslagen och kompletterade med fler förslag för att alla regioner och kategorier skulle finnas representerade. Projektledaren kollade också att könsfördelningen blev jämn. Samtidigt funderade projektledaren på vilka som kunde intervjuas för tidningen. Även här eftersträvades jämn fördelning mellan kön och tekniker. En från varje region intervjuades i tidningen.

Mellanarbete

Efter ansökningstiden följde arbetet med att kontakta antagna och refuserade, sammanställa deras uppgifter till tidningen och redigera presentationerna på hemsidan samt planera allt kringprogram. Att sammanställa informationen till tidningen och redigera presentationerna är ett digert jobb som ska ske samtidigt som den mesta planeringen inför evenemanget. Månaderna mars-maj blir de mest intensiva för projektledaren.

Inför nästa år kunde en fundera på hur en kunde förbereda vårens arbete bättre, så att det inte blir för tungrott. Det är lätt att glömma bort mindre uppgifter under den här tiden. Eventuellt kunde regionkontakterna utföra uppgifter som att uppdatera sociala medier och korrekturläsa presentationer.

I år var det mycket problem med bilderna till tidningen då de sökande hade skickat in bilder med för låg resolution. Ungefär hälften måste skicka in nya bilder. Däremot fungerade ansökningsblanketten utmärkt i år till skillnad från tidigare år.

Samarbetet med grafiker Melinda Lönnberg fungerade väldigt smidigt. Lönnberg utarbetade det grafiska materialet och utvecklade tidningens layout utgående från den gamla tidningen.

Under vårmånaderna planerades också rundturer för inbjudna samt info- och mingelkvällar för deltagarna. Mer om det senare i rapporten.

Under april-maj planeras också Konstens fredag tillsammans med konstnärer och konsthantverkare. Programmet på Konstens fredag beskrivs i följande underkapitel.

Konstens fredag 7.9.2018

På Konstens fredag ordnades program för skolelever på olika håll i landet.

I Borgå hade Borgå Konstskola öppet hus med äventyrliga konstverkstäder. Aino Keinänen och Tuomas Petelius bjöd in tredjeklassister till akvarellmåleri i Kabelfabriken, Helsingfors. I Ekenäs ledde Tanja Is och Pauliina Wesslin en dockteaterverkstad för Seminarieskolans femmor.

Hela Tykö byskola fick göra keramik med Tiina Harjola i Tykö Masugn och Elina Koskimies på Utö bjöd in den lilla byskolan där till temperamålning i hennes studio. Tjuda Pedagogi i Kimito bjöd in tredjeklassare från Amosparkens skola och Kemiösaaren keskuskoulu att göra cyanotypi och croquis. I Åbo besökte Leena Pylkkö fjärdeklassarna i Sirkkala skola och gjorde leranimationer med dem.

På Åland ledde Saara Karrenpalo och Edward Johansson en verkstad i silk screen för åttondeklassister med bildkonst som tillval från Kyrkbyns högstadium. Leif Strengell bjöd in gymnasieelever i Nykarleby att prova på monotypi och Balatako hade en keramikverkstad i Jakobstad.

Allt som allt deltog drygt 500 barn i Konstens fredag.

Konstrundan 8–9.9.2018

Konstrundan gick av stapeln som planerat och utan problem. Det var ovanligt få sista minuten annulleringar i år. Vanligtvis annullerar 5-10 deltagare sitt deltagande på grund av sjukdom, dubbelbokningar eller andra orsaker. I år var det endast två som måste hålla stängt under Konstrundan.

Det var fint väder hela veckoslutet och ganska snart kunde det konstateras att besökarantalet verkade lovande. Efter att 84% av deltagarna meddelat antalet besökare kunde det också

konstateras att Konstrundan hade fler besök än någonsin – cirka 17 000. Arrangören kan alltså var väldigt nöjd över räckvidden för evenemanget.

Feedback från deltagare

Veckan efter Konstrundan fick deltagarna svara på en utvärdering. Drygt hälften, 56%, av deltagarna svarade på utvärderingen. Av de svarande hade hälften inte deltagit ifjol, vilket betyder att de var helt nya deltagare eller hade haft mellanår ifjol.

Samarbetet med arrangören

Nästan alla av de svarande (99%) tyckte att samarbetet med arrangören förlöpte bra och att de fått tillräckligt med information. De som tyckte att samarbetet förlöpte dåligt hade inte deltagit i informationstillfället eller tagit kontakt med arrangören varken före eller under evenemanget.

I Östra Nyland och på Åland klagade några på att materialet kom sent och att de inte fått tillräckligt med information. Materialet kom sent på grund av problem med tygkasseleveransen, sådant händer och en kan inte annat än att hoppas på att det löper smidigare nästa år. Däremot kunde det ha kommunicerats till deltagarna att materialet var försenat och orsaken till förseningen.

Angående informationen verkar det som om det skulle ha behövts ett informationstillfälle för de nya deltagarna i Östra Nyland i år. Regionkontakterna måste alltså följa upp hur många nya deltagare det finns i regionen och avväga om det behövs ett informationstillfälle.

Tidpunkten

Styrgruppen gjorde ett linjebeslut ifjol att tidpunkten inte kommer att variera eller ändra inom överskådlig framtid. Oberoende när en ordnar Konstrundan kommer tidpunkten att uppfattas som dålig någonstans eller krocka med andra evenemang.

Av de svarande tyckte 71% att tidpunkten var bra, endast 6% tyckte den var dålig. Resten kunde inte svara eller tyckte att den eventuellt skulle kunna vara bättre. Det är tydligt att ett veckoslut i September fungerar bättre på vissa håll än på andra. På ställen där turismen är viktig, så som i Hangö och Åbolands skärgård, upplevs tidpunkten som väldigt dålig. På Åland är tidpunkten dock väldigt bra, medan den på andra håll krockar med andra evenemang.

Endel evenemang stöder Konstrundan medan andra tydligt påverkar negativt. I Helsingfors inverkade bostadsmässan positivt på besökarantalet hos Elfvikateljerna på Busholmen, medan Helsinki Design Week ansågs problematisk i Kabelfabriken. HDW kunde vara positivt för deltagarna i Kabelfabriken om en lyckas styra människorna som rör sig där under veckoslutet till ateljerna. Här krävs eventuellt en extra insats av deltagarna. En kunde också tänka sig att de ytterligare styr vidare besökare till Lappvikens sjukhus. Däremot är HDW ett rivaliserande evenemang för formgivare, då de säljer bättre där än i sina arbetsrum.

HDW inverkade inte på besökarantalet i Kasäkern. Istället vara det ett tydligt uppsving i besökarantalet i Kasäkern tack vare deras egna öppna dörrar evenemang. Här finns en möjlighet till fördjupat samarbete.

I Åbo ordnade Konstnärsgillet i Åbo Ateljé passet samtidigt som Konstrundan. Konstnärerna i Åbo hade högre besökarantal tack vare det, medan det knappast påverkade deltagarna utanför stan. I Pargas avslutades Kulturparlamentet samma helg som Konstrundan ordnades, vilket påverkade besökarantalet positivt. I Dalsbruk ordnades September Open samtidigt som Konstrundan, vilket definitivt hade en positiv inverkan på besökarantalet för deltagare på området. Även här skulle behövas aktiv styrning för att få människorna att besöka ateljerna i

närheten. I Åboland finns flera möjligheter till starkare samarbete med de lokala föreningarna och kommunerna. Både Ateljé passet och September Open kommer att sammanfalla med Konstrundan nästa år.

Bra med konstrundan

Deltagarna uppger alltså att mötet och diskussionerna är det bästa med Konstrundan. De upplever det också viktigt att Konstrundan är gratis både för deltagarna och besökarna samt att evenemanget är jurerat. Jureringen uppfattas ge mervärde och upprätthålla en viss standard.

Deltagarna upplever att de är en del av en större gemenskap och ett kollegium tack vare Konstrundan samt att de får större synlighet tack vare evenemangets omfattning. Evenemanget anses vara välorganiserat med långa anor. Möjligheten till försäljning och att vidga sitt nätverk uppskattas också.

Alla deltagare som svarat på feedbacken tycker att Konstrundan är ett bra och viktigt evenemang. Konstrundateamet fortsätter jobba för att upprätthålla den positiva andan under och kring evenemanget.

Dåligt med Konstrundan

Deltagarna uppger att det sämsta med Konstrundan är när det kommer få besökare. Det är svårt att säga vad lågt besöksantal beror på. Dels beror det förstås på att Konstrundans marknadsföring inte når målgruppen och dels beror det på deltagarnas egen inaktivitet. Ändå finns det deltagare som gör väldigt mycket jobb och ändå inte har så många besökare. Konstrundan måste fundera på vad organisationen kan göra för att öka besöken på enskilda platser. Starkare närvaro och stöd i förberedelserna är ett förslag. I huset finns för tillfället ingen marknadsföringsexpert, men marknadsföringen måste utvecklas på något sätt.

Långa avstånd mellan besökspunkterna eller för få besökspunkter i området är en annan negativ sak som omnämns i feedbacken. Här kan Konstrundan jobba mer för att få fler deltagare i de områden där det här problemet finns. De områden som kommer fram i feedbacken är Borgå, Karleby, Salo, S:t Karins och Tammerfors. Förstås finns det flera områden än de här där besökspunkterna är få, till exempel Hangö, Kristinestad, Kyrkslätt, Lovisa, Nykarleby och Åbolands skärgård. Projektledaren och regionkontakterna får göra mer jobb för att få med fler deltagare i sina regioner.

Tidpunkten omnämns som en av de sämsta sakerna med Konstrundan. De som tycker att tidpunkten är dålig befinner sig i så kallade sommarstäder eller i skärgården. Eftersom Konstrundans styrgrupp gjort en linjedragning i frågan kommer tidpunkten inte att ändras. Däremot kan Konstrundan göra mer samarbete med kommunernas turistbyråer för att förlänga säsongen i de här områdena/städerna. Konstrundans bränd måste förstärkas, så att folk vill röra på sig under evenemanget.

Konstrundan upplevs ännu som okänt och dåligt marknadsfört på finskt håll. Även det här är en orsak till att förstärka brändet. Frågan är hur en ska förbättra marknadsföringen på finskt håll då det inte är ekonomiskt hållbart att skicka ut tidningen som tabloidbilaga även med de finska dagstidningarna. En bilaga bara i Turun Sanomat kostar nästan lika mycket som hela tidningens upplaga gör i dagsläget. En utförligare diskussion om marknadsföringen kommer i marknadsföringskapitlet senare.

Ingen eller lite försäljning är också en negativ sak deltagarna nämner. Det här är tyvärr inget Konstrundan direkt kan påverka, men utbildningar för deltagarna kunde ordnas. Samarbete med till exempel Taiko kunde också främja försäljningen.

Feedback från besökare

En besökarundersökning gjordes i oktober 2018. Den spreds på Facebook och fick 54 svar. Endast två av de svarande kände inte till Konstrundan innan 2018. De här två hade fått höra om evenemanget av en deltagare respektive en artikel i en dagstidning. Annars var Konstrundantidningen den främsta källan för information bland de svarande. På andra plats kom sociala medier och andra viktiga informationskällor var deltagare, vänner eller släktingar samt artiklar i dagstidningar.

Över 93% av de svarande har tyckt att Konstrundan är ett intressant evenemang medan 87% också tycker att det är ett bra evenemang. Den negativa feedbacken handlade om att evenemanget inte utvecklats och att det är samma deltagare från år till år samt att hemsidan är råddig. Den positiva feedbacken handlade om tidningen och evenemanget i sig. Flera tyckte Konstrundan är en av årets höjdpunkter.

Mingelkvällar och rundturer för inbjudna

Under vårmånaderna planerade projektledaren rundturerna för inbjudna gäster. Alla rundturer fokuserade på konst i år. Rundturerna planeras så att avstånden är rimliga, turen får inte ta längre än åtta timmar, och så att besökspunkterna bildar en vettig helhet.

Det blev en rundtur i Östra Nyland 11.9, en i Västra Nyland 21.9, en i Åboland 13.9 och en i Österbotten 18.9. Inbjudningarna gick ut i maj och juni och deltagarantalet såg lovande ut. En månad innan rundturerna gick av stapeln vara alla utom en rundtur fullbokade. Tyvärr måste flera gäster ställa in sitt deltagande i sista minuten och deltagarantalet blev därför inte så stort som förväntat, vilket var ledsamt både för projektledaren och konstnärerna. Rundturerna för inbjudna gäster är ändå väldigt uppskattade av både gästerna och Konstrundandeltagarna. Därför bör den här verksamheten utvecklas.

Regionkontakten i Helsingfors ordnade ett mingel- och informationstillfälle. I Västra Nyland var intresset för mingelkvällen så lågt att det inte blev av. De flesta deltagarna på Åland, i Österbotten och i Östra Nyland ansågs vara gamla bekanta och därför ordnades inte skilda infotillfällen där.

I Åboland samarbetade Konstrundan med Åbo konstnärsgille som ordnar evenemanget Atelj passet – Kulkulupa. Det blev en gemensam informations- och mingelkväll för Konstrundandeltagarna i Åboland och Atelj passets deltagare. Kvällen var uppskattad även om deltagarantalet kunde ha varit högre. Atelj passet och Konstrundan hade också gemensamt presstillfälle och ordnade ett seminarium, *Konst för hemmet*, 3.9. Seminariet var riktat till allmänheten och blev välbesökt med drygt 30 deltagare.

Marknadsföring

Konstrundans ansökningsperiod marknadsfördes främst på Facebook, Instagram och på mustekala.info samt via nyhetsmail från Konstrundan, föreningar, gillen och nätverk. Reklamen på Facebook är effektiv och det är väldigt viktigt att komma med i nyhets- och medlemsbrev från relevanta föreningar.

Själva evenemanget marknadsfördes med tryckta annonser, digitala annonser och affischer. Det gjordes också en extra satsning på utomhusreklam i år, vilket innebar reklam på flera stora skärmar runtom i landet utöver de tryckta jättetavlorna längs motorvägarna.

Konstrundantidningen är alltså en av de viktigaste marknadsföringskanalerna. Den skickas ut med de finlandssvenska dagstidningarna (Hufvudstadsbladet, Västra Nyland, Östnyland, Sydösterbotten, Österbottens tidning och Vasabladet) och till alla hushåll på Åland. Tidningens totala upplaga 2018 var ca 110 000.

Marknadsföringen konstaterades ha dålig genomslagskraft i Helsingfors och på finskt håll överlag. Det viktigaste vore att få en artikel om Konstrundan i Helsingin Sanomat. Att annonsera i HS hjälper inte.

MTV3 gjorde ett inslag om Konstrundan på lördagkväll, vilket torde ha setts av en stor del av den finskspråkiga befolkningen. TV-nytt har motsvarande omnämnt Konstrundan i kvällsnyheterna redan ett par år i rad. Rundradion Västnyland och Österbotten gjorde flera intervjuer med lokala deltagare, vilket garanterat ökar synligheten för Konstrundan.

I framtiden kommer Konstrundan att jobba hårdare för att få synlighet i media i form av artiklar, nyhetsinslag på TV och radio. Sådant får mycket mer uppmärksamhet än köpta annonser. En serie intervjuer med Konstrundandeltagare vore det bästa.

Utvecklingsförslag

Deltagarna har en hel del id'er om hur Konstrundan kunde utvecklas även om många tycker att evenemanget är bra som det är och det inte behövs mer program. Gemensamma träffar och utställningar står högst på önskelistan tillsammans med föreläsningar eller seminarier. Allt det är program som ordnats tidigare med varierande uppslutning. Feedbacken uppmuntrar Konstrundan att fortsätta ordna dylikt program för deltagarna.

Konstrundan kommer att fortsätta satsa på rundturer med inbjudna gäster men också försöka ordna busstransport för besökare. Idealet vore att aktivera föreningar, till exempel pensionärsföreningar, som kan ordna rundturerna mot en liten deltagaravgift. Konstrundan ska också uppmuntra deltagarna att besöka varandra under övriga tider på året. Någon mindre rundtur för Konstrundandeltagarna i regionkontakternas regi kunde vara en möjlighet.

Under Konstrundan uppdagades det att hemsidan verkligen inte fungerar. Speciellt på mobila enheter är det nästan omöjligt att hitta den information en söker. Hemsidan måste förnyas inför 2019.

Administration och samarbetspartners

Medlemmarna i styrgruppen byttes delvis ut efter Konstrundan 2017. De nya styrgruppsmedlemmarna är Sebastian Jansson, formgivare från Helsingfors, Johan Sandås, bildkonstnär från Jakobstad och Anna Ulff, bildkonstnär verksam i Fiskars. Kjell Ekström, bildkonstnär från Åland, Eliisa Riikonen, verksamhetsledare för Åbolands hantverk rf och Leena Stolzmann fortsatte i styrgruppen.

Styrgruppen sammanträdde i december 2017, en gång i mars och två gånger i oktober 2018. Utöver det har projektledaren kommunicerat med styrgruppen per e-post.

Föreningen anställde fem regionkontakter: Sonja Backlund i Österbotten, Cecilia Hackzell i Helsingfors, Edward Johansson på Åland, Leena Stolzmann i Östra Nyland och Anna Ulff i Västra Nyland. Projektledare och regionkontakt i Åboland var Julia Nyman. Regionkontakterna och projektledaren träffades en gång i mars och på studieresan till Oslo. Utöver det hölls

kontakten via e-post, Facebook messenger och telefon. Samarbetet har på alla sätt förlöpt smidigt.

Melinda Lönnberg gjorde både årets illustration och layouten för tidningen.

Åbolands hantverk samarbetade med Artoteket i Vasa, Balatoko i Jakobstad, Borgå Konstskola, Elverket, Kabelfabriken, Konstnärsgillet i Åbo, Luckorna, Onoma, Spinneriet, Tjuda Pedagogi, Tobaksmagasinet, Ålands slöjd & konsthantverk samt med grundskolor och kommuner. Samarbetet gällde främst utdelningen av material till detlagarna och Konstens fredag.

Studiebesök till Oslo Open

Styrgruppen och regionkontakterna, med undantag av Sebastian Jansson och Johan Sandås, gjorde ett studiebesök till Oslo Open 19–22.4. Oslo Opens projektledare Marianne Zamecznik berättade om hur Oslo Open arrangeras och finansieras. Gruppen fick delta i en VIP-tur som Oslo Open arrangerade till utvalda ateljéer samt en mingelkväll med internationella inbjudna gäster, politiker och konstnärer.

Studiebesöket var mycket lärorikt och det kunde konstateras att Konstrundan kvalitetsmässigt håller minst lika hög nivå som Oslo Open. Däremot kan Konstrundan lära sig av hur evenemanget är upplagt och den professionella organisationen.

Oslo Open har ca 40 inbjudna gäster, varav majoriteten är verksamma utanför Norge, och drygt 400 deltagare. De samarbetade med utrikesdepartementet och ambassaderna för att förverkliga de internationella besöken. Det är högst oklart om ett liknande samarbete är möjligt för Konstrundan i Finland. Det som är möjligt är ett samarbete med Frame Finland och de bör kontaktas inför Konstrundan 2019.

Konstrundans stora utmaning, vilken bekräftades av besöket i Oslo, är den geografiska spridningen. I Oslo är det logistiskt möjligt att bjuda in en skara branschfolk och skicka ut dem till exakt de deltagare de vill träffa för att ännu föra samman gästerna till mingel på kvällen. Det här kan Konstrundan inte göra och därför måste besöken arrangeras på annat vis.

Zamecznik berättade att hon ser Oslo Open som public service. Ett tankesätt Konstrundan gott kunde anamma. Konstrundan är ett allmänbildande evenemang som ska ha låg tröskel och vara tillgängligt för alla i samhället.

Oslo Open har några sponsorer. Ett förfaringssätt som kanske är vanligare i Norge än i Finland. Det är ändå inte helt uteslutet att Konstrundan kunde ha sponsorer i framtiden. Ateneum samarbetar med S-gruppen, så Konstrundan kan absolut ha sponsorer.

Det var på många sätt givande att besöka Oslo Open. Det nya Konstrundateamet lärde känna varandra och alla fick nya idéer om vad Konstrundan kan vara och göra.

Budget

Konstrundans budget var 152 000 euro för 2018. Svenska kulturfonden bidrog med 100 000 euro och Konstsamfundet med 50 000 euro. Tack vare annonsförsäljning till tidningen fick Konstrundan ett välbehövligt tillskott på 2000 euro. Trots ihärdiga försök har projektledaren inte lyckats få ytterligare finansiering från andra fonder eller stiftelser.

Konstrundans största utgifter är lönekostnader (drygt 50 000 euro) och marknadsföringskostnader (drygt 80 000 euro), ungefär hälften av marknadsföringskostnaderna går till att trycka och sprida tidningen. Övriga kostnader är

utgifter för Konstens fredag, köpta tjänster så som fotografer, hemsidan, illustrationen, lotterivinster samt administrativa utgifter.

Framtidsplaner

Styrgruppen hade två möten i oktober 2018 för att utvärdera och utveckla Konstrundan. Styrgruppen och projektledaren har tillsammans utarbetat en vision, mission och strategi för Konstrundan 2019-2024. Det här ska hjälpa Konstrundan att bli ett bättre evenemang både för deltagarna och besökarna.

Missionen är att Konstrundan främjar deltagarnas professionella verksamhet, bildar allmänheten om konst och kultur, främjar kontakter över språkgränser, kulturer och regioner samt ökar vetskapen om finlandssvenskan.

Strategin kommer att publiceras på Konstrundans hemsida så snart den är färdig.

Besökarstatistik 2019

Region	Besökare/besöks- punkt i medeltal	Besök totalt (uppskattning)
Östra Nyland	50	1200
Huvudstadsregionen	68	2992
Västra Nyland	138	3450
Åboland	59	2537
Åland	165	2630
Österbotten	67	1809
Annan region	50	1550
I hela landet	76	16568

Konstens fredag hade sammanlagt drygt 500 deltagare.
Totala antalet besök 2019 är ca 17 000.

84 % av deltagarna har meddelat antalet besök.
Medeltalen är uträknade utgående från de meddelade siffrorna.