

MARK Suomen Markkinointiliitto r.y:n toimintakertomus 2021

TOIMINTA-AJATUS

MARK on markkinoinnin ja kaupallisen ajattelun yhteisö, joka on vaikuttanut suomalaiseen markkinointiin jo yli 90 vuoden ajan. MARK rohkaisee, tukee ja inspiroi suomalaisia tekemään tulosta ja kasvua paremman markkinoinnin avulla valtakunnallisesti. Tärkein tehtävämme on tukea jäsentemme ammatillista kehittymistä uran kaikissa vaiheissa.

Visio: Suomessa markkinoinnin tekijät hyödyntävät työssään ja työpaikoillaan laajasti markkinointiosaamista merkittävänä osana kaupallista menestymistä ja kasvua.

Missio: MARKin tehtävänä on rohkaista, inspiroida ja tukea markkinoinnin tekijöitä menestymään kaikissa uran vaiheissa.

Arvot: Avarakatseisuus, rohkeus, yksilön arvostus ja yhteistyö.

Lupaus: Jäsenet saavat kasvualustan jatkuvalle kehittymiselle modernissa markkinoinnissa. MARK on yhteisö, jonka kanssa löytää uusia näkökulmia kasvuun ja menestymiseen niin jäsenelle itselleen kuin yrityksille.

MARK BRÄNDI – Suomen merkittävin markkinointiwebinaarien tuottaja

Vuosi 2021 vahvisti, että palvelumme uudistuminen vastasi aitoon tarpeeseen. MARK webinaarien osallistujamäärät pysyivät korkeina, vaikka poikkeustila oli muuttunut pysyväksi. Myös palvelun laatu koettiin edelleen korkeana, sillä kaikkien webinaariemme keskiarvoksi muodostui yli 9/10.

Vaikka laadukkaan jäsenpalvelun tuottaminen oli kaiken toiminnan perusta, fokus markkinoinnissa painottui uuden MARK koulutuksen viestintään ja myymiseen sekä jäsenille että ei-jäsenille. Uusi palvelu otettiin hyvin vastaan ja osallistujamäärät olivat merkittävästi vallitsevaa normia suurempia. Myös palaute ja keskiarvot olivat kiitettävällä tasolla.

Kohti vaikuttavuutta

Kasvatimme kaikille avoimista ja maksuttomista MARK webinaareista ilmiön: jokaisen ilmoittautumismäärä lähenteli tuhatta tai jopa ylitti sen. Kerran kuukaudessa pidetty tapahtuma loi tunnettuutta, toi uusia jäseniä ja vahvisti brändiä. Merkittävin osuus tapahtumilla oli koulutuksen markkinoinnissa, joihin saimme luotua tätä kautta suoran myyntiputken.

Aktiivinen, säännöllinen viestintä ja maksettu mainonta paitsi informoi palveluistamme, myös kasvatti omaa yleisöä, joka on kiristävässä tietosuojatilanteessa tärkeää. Keräsimme avointen webinaarien kautta vuoden aikana 4000 laadukasta liidiä, jotka reagoivat markkinointiviestintäämme erittäin hyvin. Samoin some-kanavamme jatkoivat kasvuaan, merkittävimpana LinkedIn.

MARKin yhteenlaskettu oma yleisö kaikista lähteistä (sekä jäsenet että ei-jäsenet) oli noin 16 500.

Toiminta

Vuonna 2021 panostettiin toimintasuunnitelman mukaisesti viikoittaisiin jäsentapahtumiin jäsenten toiveteemoista. Pidemmän ajan systemaattinen palautteenkeruu auttoi kehittämään sisältöjä jäsenistöä entistä enemmän palvelevaksi. Vuoden kantavana ajatukseksena päätimme yhdessä jatkaa edellisen vuoden ”Toimintaa ohjaa aidot työelämän tarpeet. Ammattilaiselta ammattilaiselle, Suomen parhaiden johdolla.”

Toimintavuonna aloitimme uusien avoimien webinaarien järjestämisen osana MARKin brändin tunnettuuden kasvattamista. Webinaareihin osallistui lopulta yli 10 000 ihmistä. Avoimien webinaarien teemoista järjestimme uutena myös maksullisia, jäsenille etuhintaisia koulutuksia kerran kuukaudessa. Koulutuksiin osallistui yli 300 ihmistä toimintavuoden aikana.

MARK me -sisältöpalvelu vakiinnutti asemaansa jäsenetuna ja käyttöaste kehittyi positiivisesti koko toimintavuoden. Avoimien webinaarien tallenteet päätettiin pitää avoimena sisältöpalvelussa, jotta toimintaamme olisi helpompi tutustua.

Digitaalisen jäsenpalvelun ja siihen liittyvän hallinnoimisen ja viestinnän tuottaminen laadukkaasti on vaatinut paljon taustatyötä ja tekemisen konseptoimista, jotta se on pystytty hoitamaan pienellä toimiston tiimillä. Teknisessä toteutuksessa käytettiin alihankintaa.

Toimintavuoden aikana hallitustyössä keskityttiin strategiatyöhön ja tulevaisuuden skenaarioiden tunnistamiseen. Hallitus myös tunnusteli ja keskusteli yhteistyömahdollisuuksista muiden vastaavien toimijoiden kanssa. Eniten keskusteluja käytiin Marketing Finlandin kanssa. Tilanne neuvotteluissa jäi vuoden vaihteessa avoimeksi.

Vaikka vuosi oli poikkeuksellinen monelle, MARKin toiminnalle se oli hyvällä tavalla poikkeuksellinen. Saimme webinaareihin huippuasiantuntijoita ja osallistujamäärät kehittyivät positiivisesti vuoden loppuun asti. Yleisesti jäsenten aktiivisuus (erityisesti asiantuntijoiden) nousi merkittävästi ja etenkin maakunnissa kiiteltiin valtakunnallista tasavertaista palvelua. Kehitimme sisältöä kvartaali kerrallaan jäsenitoiveiden perustella. Erityistä kiitosta olemme saaneet loistavista asiantuntijoista, teemoista, ajankohtaisuudesta, monialaisuudesta ja kannustavasta yhteisöstä, jossa voi yhdessä oppia ja oivaltaa uutta.

Jäsenistö

MARKin jäsenistö koostuu hyvin erilaisista markkinoinnin parissa työskentelevistä henkilöistä assistenteista toimitusjohtajiin ja luovista opiskelijoihin ja opettajiin. Jäsenprofiilissa korostuvat johto- ja asiantuntijatehtävät.

Edullinen jäsenyyshinta (29,90 €) opettajille, opiskelijoille, työttömille/lomautetuille, eläkeläisille ja vanhempainvapaalla oleville tarjottiin myös toisena pandemiavuonna.

Jäsenmäärä vuoden lopussa:

v. 2021	1550 henkilöjäsentä, 7 yhteisöjäsentä
v. 2020	1541 henkilöjäsentä, 7 yhteisöjäsentä
v. 2019	1545 henkilöjäsentä, 7 yhteisöjäsentä

Jakauma paikkakunnittain:

Helsinki	1027
Turku	139
Tampere	104
Kuopio	100
Lahti	74
Jyväskylä	54
muu Suomi	52

Liittyneet / Eronneet henkilöjäsenet:

Vuosi	Uudet	Eronneet
2021	337	335
2020	297	301
2019	148	349

MARKilla oli toimintavuonna seitsemän yhteisöjäsentä:

Edita Prima Oy, Kesko Oyj, SOK Media, Suomen Messut Osuuskunta, Sanoma Media Finland, Veikkaus Oy, Viestimedia. Jäsenetuna yhteisöjäsenille tarjottiin viisi käyttö-oikeutta www.markme.fi -sisältöpalveluun.

Jäsentoiminta

MARKin toiminnan ydin toimintavuonna oli kolme tapahtumakonseptia:

MARK jäsenwebinaari

Suomen parhaat markkinoinnin ammattilaiset jakoivat asiantuntemustaan laajasti eri markkinoinnin teemoista jäsenille kerran viikossa (paitsi kesäkaudella).

MARK avoimet webinaarit

Kerran kuukaudessa järjestettiin avoin webinaari kaikille markkinoinnista kiinnostuneille eri markkinoinnin teemoista. Esiintyjinä olivat markkinoinnin ammattilaiset.

MARK koulutuswebinaarit

Kerran kuukaudessa järjestettiin koulutuswebinaari, jonka aihe oli jatkoa avoimelle webinaarille. Kouluttajina olivat markkinoinnin ammattilaiset, jotka olivat pitäneet samasta aiheesta lyhyemmän avoimen webinaarin. Koulutukset olivat avoimia kaikille, jäsenille koulutukset etuhintaan.

Muuhun jäsentoimintaan vaikutti edelleen pandemiarajoitukset.

Varsinaiset kokoukset

Kevätkokous

Varsinainen kevätkokous pidettiin 22.4.2021 MARKin toimistolla Vantaalla ja virtuaalisesti ZOOM-palvelussa. Kokouksessa vahvistettiin vuoden 2020 tilinpäätös sekä hyväksyttiin hallituksen toimintakertomus vuodelta 2020.

Syyskokous

MARKin varsinainen syyskokous pidettiin 23.11.2021 MARKin toimistolla Vantaalla ja virtuaalisesti ZOOM-palvelussa. Kokouksessa hyväksyttiin toimintasuunnitelma ja talousarvio sekä valittiin tilintarkastaja vuodelle 2022. Hallitukseen valittiin hallitustyötä jatkamaan Marika Siniaalto ja uutena jäsenenä Johanna Hallikainen. Tilintarkastajana jatkaa APK Auditing, vastuutilintarkastajana Aarto Hirvi.

Järjestetyt maksuttomat jäsentilaisuudet

Toimintavuoden aikana järjestettiin 31 maksutonta jäsenwebinaaria, joihin osallistui yhteensä 3542 jäsentä. Lisäksi järjestettiin kahdeksan kaikille avointa webinaaria, joihin osallistui yhteensä 7194 henkilöä, jotka olivat sekä jäseniä että ei-jäseniä.

MARK jäsenwebinaarit:

Aika	Jäsenwebinaari	Osallistujia	Asiantuntija
7.1.2021	Affiliate-markkinointi	55	Ilari Helden & Lotta Ahlstedt, Adservice Oy
14.1.2021	Yrityksen tarinallistaminen	163	Jani Halme, luova johtaja, Toinen PHD
21.1.2021	Laadukas lupa markkinoida kuluttajille	85	Jari Perko, tj, ASML ja Sami Lahtinen, tj, LeadSpark
2.2.2021	The beginning of the end for shitty ads	86	Rickard Lawson, CMO, Strossle International
4.2.2021	Näin teet onnistuneen virtuaali-tapahtuman verkkoon	100	Doris Tuohimaa, perustaja & Creative Queen, Puska Promotion
18.2.2021	LinkedIn ja uudet mainosmuodot	179	Emmi Mikkola, Relationship Manager, Fonecta
4.3.2021	Markkinoinnin uudet 4P:tä	227	Eka Ruola, Chief Creative Officer, Ruola's Platform
18.3.2021	Sosiaalinen media liiketoiminnan tukena	174	Varpu Rusila, strategi, PING Helsinki
25.3.2021	Markkinointi yhteiskunnallisen vaikuttamisen keinona	106	Jyrki Poutanen, Chief Creative Officer \ Partner at TBWA\Helsinki
31.3.2021	Brändimarkkinoinnin juridiset riskit	100	Emilia Hodge, asianajaja, Properta Asianajotoimisto
8.4.2021	Goolge-mainonnan kampanjat	187	Toni Voutilainen, Head of Paid Search, Tulos
15.4.2021	Asiakaskokemuksen omintakeinen leima	119	Kirsi Kalpio, Business Director, Frankly Partners, hasan & co ja Terhi Wimmer, Business Lead, Head of Marketing, Pohjola-Vakuutus
22.4.2021	Luo merkitystä erottuvalla ja vaikuttavalla brändityöllä	127	Marko Vuorensola, luova johtaja, we are open ltd
29.4.2021	Wabbuetkot ***	21	Simo Routarinne/Doninto, Antti Merilehto/Houston Analytics, Rami Meling/FolkJam
6.5.2021	Ketterä markkinointiorganisaatio	73	Ilona Kuusela, Managing Consultant, Columbia Road
20.5.2021	Brändirakkautta	80	Timo Järvinen, tj, NayaDaya
1.6.2021	Digimarkkinointi Suomessa	163	Marika Siniaalto, tj, Grapevine

3.6.2021	Datan vastuullinen käyttö B2B-palvelujen myynnissä	44	Minttu Murtomäki, tj, Näkemystehdas MBE
10.6.2021	Google real time marketing	83	Iiro Turkki, Senior specialist, Paid Search, s360
2.9.2021	Ennakoiva B2B-markkinointi	143	Riina Jokinen, Suhdetoimisto Kram
9.9.2021	Getting started with B2B Growth Marketing	95	David Blinov, Managing Partner, The F Company
16.9.2021	Brändistrategin tunnustuksia	224	Marco Mäkinen, Chief Strategy Officer, TBWA\Helsinki
30.9.2021	Evästeet nyt ja lähitulevaisuudessa	115	Teemu Neiglick, CEO, Omnicom Media Group Finland
7.10.2021	Account Based Marketing pähkinäkuoressa	90	Aapo Kyllönen, Head of Tactical Marketing, Aboad
13.10.2021	Näin tavoitat Z-sukupolven	58	Eija Gerlander, tj, Bängeri
4.11.2021	Markkinoinnin tuloksellisuuden mittaaminen	146	Aarne Töllinen, Barona
11.11.2021	Asiakasymmärryksen syventäminen verkkosivustossa datalla	111	Sanna Åman, Senior Web Analyst, Quru
25.11.2021	Asiakaskeksisyys	105	Roope Ruotsalainen, tj, Frankly Partners
2.12.2021	Mehut irti mediaseurannasta	55	Ilona Haahtela, valmentaja, neuvonantaja ja Tuuli Ekman, Director, Miltton
9.12.2021	Ostokäyttäytymisen muutos	125	Katri Tanni, Senior Advisor, Differo
16.12.2021	Oi jospa brändillä ois joulu ainainen...	103	Tommi Laiho, Creator, Folk

Kokoukset:

Aika	Kokoukset	Osallistujia
22.4.2021	MARK kevätkokous	20
23.11.2021	MARK syyskokous	23

Avoimet webinaarit

Aika	Avoimet webinaari	Osallistujia	
28.1.2021	Mediasuhteiden merkitys ja hoito mediakentän murroksessa	646	Ville Blåfield, johtaja, Miltton
9.2.2021	Google Analytics 2021	995	Tomi Kaitarinne, tj, Kuuki Marketing Lab
11.3.2021	Sisältöstrategia tutuksi	959	Katri Tanni, Head of Consulting, Differo
29.4.2021	Tuloksellisten ja aktivoivien somekanavien resepti	1100	Varpu Rasila, strategi, PING Helsinki
27.5.2021	Räjäyttävä reseptiikka erottuvaan markkinointiin	675	Brando Luohivaara, CEO & Co-Founder ja Johanna Lehtonen, Co-Founder, Kollabolla
23.9.2021	LinkedIn yrityksille	1084	Emmi Mikkola, Relationship Manager, Fonecta
28.10.2021	Miten digitaalinen ostopolku rakennetaan?	863	Jouni Koistinen, digistrategi, Coco Invest
18.11.2021	Tuottavan Google-mainonnan ABC	872	Toni Voutilainen, Head of Paid Search, Tulos

Koulutuswebinaarit

Aika	Koulutuswebinaari	Osallistujia	Asiantuntija
16.2.2021	Koukuta media	37	Ville Blåfield, johtaja, Miltton ja Anu Partanen, johtaja, Nordic West Office

17.3.2021	Google Analytics - näin mitataat oikein	60	Tomi Kaitarinne, tj, Kuuki Marketing Lab
20.4.2021	Näin viet sisältöstrategian käytäntöön	39	Katri Tanni, Head of Consulting, Differo
25.5.2021	Viritä yrityksesi Facebook ja Instagram huippukuntoon	46	Varpu Rusila, strategi ja Pinja Kuivalainen, Influencer Matchmaker, PING Helsinki
21.9.2021	Luovan ja erottuvan markkinoinnin uudet työkalut	25	Brando Luohivaara, CEO & Co-Founder ja Johanna Lehtonen, Co-Founder, Kollabolla
26.10.2021	LinkedIn-mainonnan parhaat käytännöt	57	Emmi Mikkola, Relationship Manager, Fonecta
30.11.2021	Kolme digitaalista ostopolkua	39	Jouni Koistinen, digistrategi, Coco Invest
14.12.2021	Näin teet tuottavaa Google-mainontaa	33	Toni Voutilainen, Head of Paid Search, Tulos

Koulutuswebinaareihin osallistui yhteensä 336 osallistujaa. Aikaisempien vuosien tapaan koulutustilaisuudet on hoidettu ja laskutettu yhdistyksen kokonaan omistaman MARK Kustannus Oy:n kautta.

Iskulauserekisteri

Yhdistyksen omistama MARK Kustannus Oy on ylläpitänyt maksullista Iskulauserekisteriä vuodesta 2006 lähtien. Se rekisteröi ja julkaisee käytössä olevia ja käyttöön tulevia iskulauseita sekä niiden haltijat. Iskulauserekisteri ei perustu lain säännöksiin, mutta se ehkäisee toisiinsa sekoitettavissa olevien iskulauseiden käyttöä, evästää mainonnan suunnittelussa ja toimii dokumenttina mahdollisissa kiistatapauksissa.

Iskulauseita käsittelee Iskulausetuimikunta, johon kuuluvat puheenjohtaja Tuula Sario, varapuheenjohtaja Jussi Hirvelä sekä jäsenet Vesa Huhtanen, Mariitta Hämäläinen, Anssi Järvinen, Taina Parviainen, Merja Peltonen ja Eeva-Liisa Ylälahti (31.3.2021 saakka). Toimikunnan sihteerinä on Pirjo Maunula. Toimikunta kokoontui vuoden aikana yhdeksän kertaa ja se valitsi vuoden 2021 iskulauseeksi Rapala VMC Oy:n kampanjaiskulauseet ”Heittämällä parempi päivä” ja ”Vastustamatonta viehetysvoimaa”.

Markkinointialan kilpailut

Toiminnanjohtaja Sanna Laakkio oli mukana seuraavien alan kilpailujen tuomaristoissa:

Kuntamarkkinointikilpailut

Kuntaliiton ja heidän Piiri-verkoston järjestämä kilpailu kunnille ja kaupungeille.

Vuoden Mainos -kilpailu

Kilpailu järjestettiin 24. kerran Turun talousalueella, jossa MARK oli mukana markkinointikumppanina. Kilpailun järjestäjänä oli Grundlaga Oy/Mari Tauler, MARK Turun puheenjohtaja.

Yhteistyö ja jäsenedut

Markkinoinnin webinaarien osalta tehtiin yhteistyötä lähes viidenkymmenen alan ammattilaisen kanssa. Jokainen jäsentapahtumissa asiantuntijana toiminut omalta osaltaan oli rakentamassa parempaa markkinointia Suomessa.

Marketing Finland tarjosi jäsenille maksutta digitaalisen MRKTNG-digijulkaisun neljä kertaa vuodessa.

MPS Lifeworks tarjosi jäsenille puoleen hintaan digitaalisen Onnistujan urapalvelun.

Koulutuspalveluistaan jäsenille etuja tarjosivat Marketing Finland, IAB ja Rastor-instituutti. Näiden toimijoiden kanssa tehtiin myös yhteistyössä palvelukehitystä.

IF Kaleva tarjosi jäsenille etuna Suomen edullisimman henkivakuutuksen.

Properta tuotti MARKin jäsenille etuhintaista lakipalvelua.

Jäsenviestintä

MARK jäsenkirje lähetettiin sähköpostilla jäsenille kerran viikossa ja siinä tiedotettiin kaikki keskeiset toiminnot.

www.markkinointiliitto.fi –sivusto on keskeinen tiedonlähde niin jäsenille, kumppaneille kuin MARKista kiinnostuneille henkilöille. Sivustoa kehitettiin edelleen koko vuosi vastaamaan jäsenten tarpeita.

markme.fi -sisältöpalvelu kehittyi vuoden mittaan jokaisella tapahtumatallenteella. Vuoden lopussa palvelussa oli yli 100 tuntia sisältöä jäsenten hyödynnettävissä.

MARK Facebook, LinkedIn ja Twitter olivat tärkeitä tiedonjakajia niin jäsenille kuin toiminnasta kiinnostuneille. LinkedIn kasvoi toimintavuoden aikana merkittävimmäksi kanavaksi.

Toimintavuonna hyödynnettiin myös yhteistyökumppaneiden ja muiden liittojen verkostoja.

MARKIN TALOUS

Vuoden 2021 toimintasuunnitelman mukaisesti panostimme uusien digitaalisten valmiuksien kehittämiseen ja toteuttamiseen. MARKin tunnettuuden edelleen kasvattaminen, laadukkaiden digitaalisten sisältöjen tuottaminen ja jakaminen vaati paljon resursseja, kun olimme alun perin suunnitelleet. Tekniseen tekemiseen tarvittiin ostopalveluapuja. Toimintavuoden jäsentapahtumien asiantuntijat jakoivat mielellään osaamistaan ilman rahallista korvausta. Oma vahvasti jäsenlähtöinen sisältösuunnittelu ja tekeminen, viestintä ja markkinointi mahdollistivat ketterän ja kustannustehokkaan toiminnan läpi toimintavuoden.

Varainhankinta

Jäsenhankintaa tehtiin läpi vuoden jokaisen tapahtuman ja sisällön yhteydessä. Lähes kaikki uudet jäsenyydet saatiin sisältömarkkinoinnin keinoin. Jäsenyyksiä liittyi läpi vuoden tasaisena virtana edellisistä vuosista poiketen. Jäsenmaksutuotot saatiin pidettyä ennallaan suhteessa edelliseen toimintavuoteen vaikeasta korona-vuodesta huolimatta. Jäsenhankinnan kuluja pystyttiin vähentämään merkittävästi.

Jäsenyys- ja palvelumyyntiin ei varattu tarvittavan suuria resursseja koko vuodelle. Jäsenmäärä pysyi vakaana ja päättyi hienoisesti plussalle. Täyden jäsenmaksun maksavia henkilöjäseniä oli 1045 ja alennusryhmäläisiä 398 sekä 107 henkilöä, jotka eivät maksa jäsenmaksua (henkilökunta, ryhmien puheenjohtajat sekä ainaisjäsenet). Työnantajat ovat maksaneet toimintavuonna 60 % henkilöjäsenmaksuista ja jäsenet itse 40 %.

Jäsenmaksut

MARKin syyskokouksessa 24.11.2020 vahvistettiin vuodelle 2021 seuraavat jäsenmaksut:

henkilöjäsen	129,00 €
opiskelijajäsen	29,90 €
työtön jäsen	29,90 €
eläkeläisjäsen	29,90 €
vanhempainvapaalla olevat	29,90 €
kampanjahinta	99,00 €
yhteisöjäsen	1.200,00 €

Kokonaistoiminnan talous

Digitaalisen toiminnan ja uusien jäsenten liittymisen positiivinen trendi, syyskokouksessa vuodelle 2021 hyväksytty toimintasuunnitelma, sekä uudet myytävät tuotteet MARK Kustannus Oy:n puolelta tuovat MARKille mahdollisuuden skaalata palvelua paremmin valtakunnalliseksi ja tasavertaiseksi kustannustehokkaalla tavalla.

Toimintavuoden aikana myytiin Fabianinkadun huoneisto (toimitila) ja siitä saatu varallisuus sijoitettiin kevätkokouksen 2021 hyväksymän sijoituspolitiikan mukaisesti: 25 % jäsen toimintaan ja sen kehittämiseen ja 75 % pitkäaikaiseen matalan riskin sijoituksiin. Samalla yhdistyksen aikaisemmatkin sijoitukset muutettiin sijoituspolitiikan mukaiseksi.

Vaikka MARKin talous on alijäämäinen perustoiminnan osalta toimintavuonna, on yhdistyksellä kuitenkin hyvät edellytykset toiminnan jatkamiselle.

MARK talous	Toteuma	Toteuma	Toteuma	Toteuma	Toteuma	Toteuma	
2021	2020	2019	2018	2017	2016		
TUOTOT							
Jäsenmaksut	151 517,90	151 335,90	147 918,90	218 097,80	276 295,00	352 409,60	
Sijoitustuotot	1 079 697,66	17 584,51	7 157,78	15 453,29	40 496,40	35 312,77	
Tuet ja muut tuotot	5 595,70	5 141,41	5 141,41	554 485,04	30 139,00	22 421,01	
Yhteensä	1 236 811,26	174 061,82	160 218,09	788 036,13	346 930,40	410 143,38	
KULUT	2021	2020	2019	2018	2017	2016	
Henkilöstökulut	205 886,83	189 520,70	214 345,07	193 723,46	177 266,60	227 154,79	
Jäsenpalvelut	39 642,49	64 162,32	100 964,41	78 734,98	74 851,37	87 941,97	
Hallinto	47 430,39	17 956,07	24 734,41	83 870,76	58 292,00	67 726,97	
Markkinointi	29 762,85	48 418,22	64 110,06	55 543,10	42 332,00	25 383,01	
Muut kulut	24 353,54	45 068,99	43 201,67	153 854,93	49 458,03	53 702,58	
Yhteensä	347 076,10	365 126,30	447 355,62	565 727,23	402 200,00	461 909,32	
TILIKAUDEN TULOS	889 735,16	-191 064,48	-274 130,76	260 377,39	-55 269,60	-51 765,94	
v 2021 Tulos (Ry+Oy) vertailukelpoinen edelliseen vuoteen - 140 691,08 €							
v 2021 MARK Kustannus Oy tulos 43 743,42 €							
v 2021 Sijoitustuot sisältää myydyn huoneiston 980 000 €, josta sijoitettu 75 % ja loput toiminnan ylläpitämiseen.							
v 2021 Hallintokulut 17 489,08 € ilman välityspalkkiota 24 000 € + huoneiston tyhjennyskuluja 5 941,31 €.							
v 2020 Toiminnanjohtajan palkasta 13 000 € maksettu Oy:ltä osana Business Finlandin rahoittamaa kehitysprojektia.							
v 2018 Tuet ja muut tuot sisältävät myydyn huoneiston 560 389,30 €.							

MARKIN ORGANISAATIO

MARKin toiminnallisen organisaation muodostavat hallitus, MARKin toimiston henkilöstö, paikalliset puheenjohtajat sekä aktiivijäsenistä koostuvat ryhmät.

Hallitus 2021

Puheenjohtaja	Pasi Viherlaakso
Varapuheenjohtaja	Marika Siniaalto
Jäsenet	Jenni Brisk
	Sirpa Tuomi
	Sanna Halttunen-Välimaa
	Anssi Järvinen

MARK ryhmät 2021

Syyskokouksen 2020 päätöksellä ryhmätoiminta haki toimintavuonna muotoaan. Maakuntien puheenjohtajista koostuvan Advisory Boardin kanssa toiminnanjohtaja keskusteli lähes kuukausittain uusien toimintamallien kartoittamiseksi. Korona vaikutti kuitenkin niin paljon paikallisen toiminnan uusimiseen, että ryhmä päätti suosiolla siirtää maakuntien omien tapahtumien käynnistymistä seuraavaan vuoteen. Yhteiset keskustelut koettiin kuitenkin tärkeiksi ja antoisiksi.

Advisory Boardin kokoonpano toimintavuonna: Heidi Hurskainen (Helsinki), Outi Syrjälahti (Jyväskylä), Sanna Henttonen (Lahti), Aki Karkulahti (Kuopio), Mari Tauler (Turku), Petteri Parhi (Oulu). Lisäksi Emilia Hodge osallistui markkinointijuridiikan osalta jäsenpalveluiden tuottamiseen ja toiminnan kehittämiseen.

MARK Hinnoitteluryhmä kokoontui Outi Somervuoren johdolla keskimäärin kerran kuukaudessa. Ryhmä jatkoi ProBono-työnä Pidä saaristo siistinä -hinnoittelu-projektia. Ryhmän muut jäsenet: Minna Torstila, Pia Kuhamäki, Akuville Lehtimäki, Essi Hyyppä, Irene Kahri, Anna Halme.

Paikallisia ryhmätapaamisia oli poikkeustilanteesta huolimatta Helsingissä, Kuopiossa ja Lahdessa edellisen toimintavuoden aktiiviryhmäläisten kesken.

Toimiston henkilökunta

Toiminnanjohtaja	Sanna Laakkio
Markkinointipäällikkö	Susanna Bäckström
Projektipäällikkö	Pirjo Maunula