

# PYHÄLLÄ HENGELLÄ

Kymmenet nuoret omistavat työpäivänsä ja elämänsä Slush-tapahtumalle – palkatta. Onko kyseessä uskonlahkomainen uhrautuminen vai lähtölaukaus uralle?

TEKSTI VERNA VUORIPURO

Tämän vuoden alussa kourallinen parikymppisiä helsinkiläisiä aloitti elämänsä rutistuksen. Luvassa oli valvottuja öitä, tuhansia työtunteja, yhteisöllisyyttä ja hurmosta. Yksi lähti maailmalle kiertämään levittääkseen yhteisönsä sanomaa.

“Mun oli tarkoitus tehdä kandi valmiiksi, mutta sit mä vaan hurahdin”, toinen kommentoi.

Koko urakka huipentui marraskuun lopulla valtavaksi tapahtumaksi, jossa samanmieliset kokoontuivat iloitsemaan yhteisestä tarkoituksestaan, tämän maan ku-

rimuksesta vapauttamisesta.

Kuulostaa lähes uskonnolliselta. Kyseessä on kuitenkin Suviseurojen sijaan Suomen suurin tekninen tapahtumatuo- tinto, startup-konferenssi Slush.

**24-VUOTIAS JENNY GYLLANDER** lähti mukaan järjestämään Slushia viime vuonna.

“Meilasin tapahtuman toimitusjohtajalle Miki Kuuselle, että voin tulla Slushin official instagrammeriksi. Lopulta työnku- vani laajeni vastaamaan koko tapahtuman

sosiaalisen median kanavista”, hän kertoo.

Hankenilla yrittäjyyttä ja kansantalous- tiedettä opiskeleva Gyllander on työsken- nellyt Slushissa tämän vuoden helmikuus- ta asti täyspäiväisenä markkinointijohtaja- na. Työmäärä on ollut hurja.

“Jos mä laskisin työtunteja, niihin mah- tuisi normaalin ihmisen useampi työvuosi.”

Täysipäiväisyys tarkoittaakin Slushissa tapahtuman lähestyessä lähes ympärivuorokautisuutta.

“Mä tulin toimistolle tänään aamu- kuudelta. Eilen tyypit oli täällä yöllä kol- meen asti”, kommentoi Slushin taloudesta vastaava 22-vuotias kylteri Teemu Laiho kahta viikkoa ennen h-hetkeä.

Kun hän lähti mukaan Slushiin, hänellä ei ollut aavistustakaan työmäärästä.

“Mukana on todella omistautunutta jengii. Nämä tyypit laittavat koko elämänsä tähän.”

**SLUSHIN PARISSA TYÖSKENTELEE** koko vuoden täysipäiväisesti viisitoista henkilöä. Tapahtumaa edeltävinä kuukau- sina tämä ydintiimi laajenee noin 30 hen- keen. Näistä palkkaa maksetaan kullekin tarvittaessa.

“Kysymme, paljon sun vuokra on ja pal- jon menee kuussa rahaa ruokaan. Se on sit- ten about se palkka”, kommentoi tapahtu- man vastaava tuottaja, kylteri Atte Hujanen.

Slushin organisaatio kasvaa viimeisten viikkojen aikana noin 1300 vapaaehtoisel- la, jotka toimivat noin 70 ryhmänvetäjän sekä 30 tiiminvetäjän kanssa. Lisäksi ta- pahtuman teknisestä toteutuksesta vastaa noin 600 hengen palkattu ammattiorga- nisaatio. Slushin laajennetun tiimin lisäksi vuokranmaksussa voidaan auttaa tiimin- vetäjiä, jos työ vie niin paljon aikaa, ettei palkallisiin projekteihin ehdi.

Sekä Laiho että Gyllander kertovat las- kevansa kolikoita palkkapäivän lähestyessä.

“Ennen viime kuun opintotukea mulla oli tilillä rahaa kymmenen senttiä”, Laiho nauraa.

**SLUSHIN TÄMÄN VUODEN** budjetti ei vielä Kylterin painoon mennessä ollut jul- kinen. Viime vuonna budjetti oli 2,1 mil- joonaa euroa. Kävijämäärä kuitenkin tup- laantui tämän vuoden Slushissa, joten rahaakin oli todennäköisesti paljon enem- män.

Tapahtuman takana on Startup-säätiö. Raha konferenssin järjestämiseen tulee lipputulosta sekä partneriyrityksiltä, jotka haluavat näkyvyyttä tapahtumassa.

Miksi näin suuren luokan tapahtuma- tuotanto ei maksa omistautuneille työnte- kijöilleen?

Tuottaja Hujasen mukaan kyse on pe- riaatteesta.

“Siinä pysyy silloin tekemisen meininki ja keskittyminen olennaiseen, kun ei mie- titä ylityötunteja ja bonuksia. Kun kaikki ovat yhtä köyhiä, ei ole stressiä sen suh- teen.”

Laiho on samaa mieltä. Hänen mieles- tään korvauksen pienuus toimii ikään kuin filterinä.

“Tänne tulevat töihin sitten vain ne, jotka oikeasti haluavat tehdä tätä.”

»

*“Kysymme, paljon sun vuokra on ja paljon menee kuussa rahaa ruokaan. Se on sitten about se palkka.”*

KUVA Petri Anttila



KUVA Sami Välikangas

Hujanen korostaa, että Slushin työntekijöitä yhdistää yrittäjähengi.

“Harvoinpa yrityksissäkään toimitusjohtaja tai itse yrittäjät saavat paljoa palkkaa. Tässä on vähän sama juttu. Lyhyellä aikavälillä tehdään oman talouden kannalta huonoja päätöksiä, mutta nämä kokemukset ja verkostot, jotka tästä saa ovat varmasti rahan arvoisia.”

Gyllander kertoo, ettei edes haluaisi palkankorotusta, vaikka mahdollisuus sellaiseen tarjoutuisi. Jos tiimi nostaisi lisää palkkaa, se olisi jostain muusta pois.

“Silloin ei ehkä tapahtumassa wifi toimi tai ruoka ei ole niin hyvää”, hän perustelee.

“Tuhat halukasta vapaaehtoistakin mielestäni kertoo siitä, että miksi me heille palkkoja maksettaisiin, kun voimme sen sijaan luoda huikean kokemuksen kaikille.”

**GYLLANDER KERTOO KUVAAVAN** esimerkin yhden Slushin ydintiimiläisen omistautumisesta. Startup Saunalle ilmensi toukokuussa 2013 nuorehko teekkar, joka halusi lähteä ulkomaille mainostamaan Slushia. Viime vuoden syksyllä hänelle annettiin lentolippu, ja hän kiersi ulkomaisia konferensseja ja startup-kiihdyttämöitä.

Tänä vuonna hän vastasi noin kolmas-

osasta Slushin maailmankiertueesta, jonka osana järjestettiin paikalliset tapahtumat 71 kaupungissa eri puolilla maailmaa. Palkkaa hän ei ole saanut, ainoastaan matkakorvaukset.

“Martin on siellä reissannut mukanaan vain seitsemän kilon käsimatkatavaralauku”, Gyllander mainitsee.

Gyllanderin mukaan ilmaista työvoimaa motivoi ajatus siitä, että he tekevät jotain tarpeellista koko startup-kentälle. Lisäksi Slushissa viehättää innostus, omistautuneisuus ja rohkeus.

Samaa mieltä on Laiho.

“Mä vain tykkään tehdä tätä. Slushissa kaikki kävijät ovat samalla tasolla. Siellä on poliitikkoja, toimitusjohtajia ja opiskelijoita sekaisin.”

**SLUSHIN TYÖNTEKIJÖIDEN KERTOMUSTEN** perusteella tapahtuma kuulostaa lähes uskonlahkolta. Slushin työntekijät uskovat saattavansa Suomen talouden nousuun startupeilla ja yrittäjyyden tukemisella. Tapahtuman järjestäminen on saatu kuulostamaan hyväntekeväisyydeltä.

Samanmieliset nuoret opiskelijat tekevät työtään kuin hurmoksessa. Gyllander vertaa leikkimielisesti Slushin järjestämis-

*“Ennen viime kuun opintotukea mulla oli tilillä rahaa kymmenen senttiä.”*

tä jopa raskausaikaan.

“Yhdeksän kuukauden odotus, kohta tämä lapsi syntyy”, hän toteaa kaksi viikkoa ennen Slushia.

Työntekijät ja vapaaehtoiset tuntuvat kaikki vilpittömästi uskovan Slushiin. Palkanmaksun epäoikeudenmukaisuutta kuukaan ei tunnusta – heistä raha onärkevää laittaa yhteiseen hyvään.

**USKONTOJEN UHRIT RY.** määrittelee lahkoja seuraavasti:

“Lahko pyrkii aina korostamaan omaa merkitystään. Usein sen jäsenet uskovat, että lahkolla on ratkaiseva asema mitä tulee ihmiskunnan pelastumiseen. - - Jäseneltä edellytetään tunteenomaista sitoutu-



*“Jos mä laskisin työtunteja, niihin mahtuisi normaalin ihmisen useampi työvuosi.”*

KUVA Jussi Hellsten

Jenny Gyllander vieraili Nasdaqissa syksyllä.

mista ja yhdenmukaisuutta. Tämän vuoksi niiden (lahkojen) on pakko esittää jäsenilleen suuria vaatimuksia ja mainostaa muille omia suorituksiaan ja aikaansaannoksiaan.”

Kuulostaa tutulta.

Slushilla on myös johtohahmonsa, ja henkilöpalvontaa ei voi olla huomaamatta. Esimerkiksi Miki Kuusen ja Peter Vesterbackan nimet lausutaan ylpeydellä.

“Täällä voi päästä tekemisiin todella maagisten hahmojen kanssa. Opiskelijan etunimi voi parissa päivässä tulla tutuksi vaikka Supercellin Ilkka Paanaselle”, Hujanen sanoo.

**SLUSHIA ON VAIKEA** kritisoida, koska siihen uskovat yksisilmäisesti niin monet. Tapahtumaa tukevat niin poliitikot kuin yliopistotkin. Vapaaehtoisten hehkutuspuhe ei tunnu opetellulta, koska silmistä todella paistaa vilpittömän palo edistää hyvää asiaa.

Mutta onko Slush kuitenkaan hyvänte-

keväisyyttä? Tapahtumassahan vain autetaan voittoa tavoittelevia yrityksiä keräämään rahaa.

Vapaaehtoistyön etuja ovat yhteishenki ja tapahtuman sisäänpääsy, jonka avulla voi onnistua tapaamaan arvokkaita kontakteja. Voidaan kuitenkin miettiä, kiinnostaaako toimitusjohtajia ja muita isoja nimiä Slushissa opiskelija-apurit vai yritykset, joita tapahtuma esittelee.

Hujanen kertoo silti vaikuttavia tarinoita siitä, miten Slushissa työskennelleet ovat päässeet etenemään urallaan.

“Moni on sanonut, että Slushissa oppii kolmessa kuukaudessa enemmän kuin McKinseyllä vuodessa.”

Ehkäpä Slushin henkiset hyödyt todella ovat työmäärän ja itsensä uhraamisen arvoisia. On kuitenkin vaikeaa uskoa, että tuotannosta hyötyisivät rahallisesti vain startupit.

Jää nähtäväksi, kuka todellisuudessa Slushin taloudellisen sadon korjaa.

**GYLLANDER JA LAIHO** eivät vielä tiedä, mitä Slushin jälkeinen elämä sisältää. Viime vuonna Gyllander lähti Slushin jälkeen kahdeksi kuukaudeksi Aasiaan rauhoittumaan.

Tavallinen päivätyö ei kumpaakaan kiinnosta. Toiveissa on, että tulevaisuudessaakin työ tuntuisi itselle merkitykselliseltä.

“Jos mä voin tehdä yhtä siistejä juttuja jossain muuallakin kuin Slushissa niin why not. Slushissa olen esimerkiksi saanut suunnitella Times Squarella näytettävää videoa ja tapahtuman logoa”, Gyllander sanoo.

Konkreettisia Slushin tuomia urahyötyjä kumpikaan ei omien sanojensa mukaan ole ehtinyt vielä miettiä.

“Tämä porukka tulee kyllä jeesaamaan toisiaan jatkossakin.” ●