

**Suuret kansainväliset tapahtumat Helsingissä vuosina
2015 ja 2016 vapaaehtoistyöntekijän näkökulmasta
Portfolio**

Pauliina Arola

Opinnäytetyö

Johdon assistenttityö ja kielet
koulutusohjelma

2018



Tekijä(t) Pauliina Arola	
Koulutusohjelma Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Suuret kansainväliset tapahtumat Helsingissä vuosina 2015 ja 2016 vapaaehtoistyöntekijän näkökulmasta Portfolio	Sivu- ja liitesivumäärä 36 + 8
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata suuria kansainvälisiä tapahtumia Helsingissä vuosina 2015 ja 2016 vapaaehtoistyöntekijän näkökulmasta. Haaga-Helian Ammattikorkeakoulu tarjosi mahdollisuuden hakea näihin tapahtumiin ja tartuin kaikkiin mahdollisuuksiin ja olin niissä mukana alusta loppuun. Tästä johtuen liitteenä on myös raportit kustakin tapahtumasta, paitsi Nordic Business Forumista, jonka osalta raportointikäytäntöä ei ollut. Osallistujatodistus oli riittävä opintopisteisiin.</p> <p>Opinnäytetyöni on portfolioityyppinen. Käsittelen työssäni paitsi tapahtumia teoreettiselta pohjalta, myös omien kokemusteni pohjalta. Tavoitteenani on kuvata erilaisten tapahtumien motorikkua, asiakaskuntaa ja käytännön järjestelyjä. Kuka lähtee osallistumaan tiettyyn tapahtumaan ja miksi? Miksi joku haluaa vapaaehtoiseksi?</p> <p>Olen teoriaosuutta varten käyttänyt paljon internetiä, koska tapahtumista on kulunut jo paljon aikaa eikä kirjallisia lähteitä ole ollut saatavilla. Artikkelit ovat silti internetissä nähtävissä. Varsinaiset henkilökohtaiset tapahtumakokemukset vapaaehtoisena olen jakanut fakta lukuihin ja omat kokemukset eri lukuihin.</p> <p>Liiteraportteja tapahtumista en ole muokannut. Ne on kirjoitettu jokaisen tapahtuman jälkeen ja ovat siinä muodossaan kuin ne on aikoinaan kirjoitettu.</p> <p>Tavoitteenani on, että opinnäytetyöni innostaa muitakin opiskelijoita uusiin kokemuksiin. Raportissani on myös muutamia kehitysehdotuksia, jotka saattaisivat olla huomionarvoisia tulevaisuudessa vuotuisissa tapahtumissa, joihin Haaga-Helian opiskelijoillakin on mahdollisuus hakea vapaaehtoisiksi työntekijöiksi.</p>	
Asiasanat vapaaehtoistyö, kansainvälinen suurtapahtuma, seminaari, messut	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Portfolio opinnäytetyön menetelmänä	1
1.2	Portfolion määritelmä.....	2
2	Erilaiset tapahtumat	3
2.1	Käsitteet	3
3	Vapaaehtoistyö tapahtumissa.....	5
3.1	Mikä meitä liikuttaa?.....	5
3.2	Kahdeksankulmiomallin hyödyntäminen tapahtumarekrytoinnissa	7
3.3	Tapahtumasisällöt ja niiden tavoitteet	7
3.4	Brändi-kokemus tapahtumaympäristössä	9
4	Tapahtumat joihin osallistuin	12
4.1	The 15th Word Gymnaestrada, Helsinki 2015.....	12
4.1.1	Oma kokemukseni Gymnaestradasta	15
4.2	Nordic Business Forum, Helsinki 2015.....	16
4.2.1	Oma kokemukseni Nordic Business Forumista.....	20
4.3	Arctic15, Helsinki 2016	23
4.3.1	Oma kokemukseni Arctic15, Helsinki 2016	26
4.4	Slush, Helsinki 2016	28
4.4.1	Oma kokemukseni Slushista	30
5	Pohdinta	32
	Lähteet	34
	Liitteet.....	39
	Liite 1. Tapahtumakävijäkysely Gymnaestrada, Helsinki 2015	39
	Liite 2. Raportti, Gymnaestrada, Helsinki 2015	41
	Liite 3. Raportti, Arctic15, Helsinki 2016.....	43
	Liite 4. Raportti, Slush, Helsinki 2016.....	45

1 Johdanto

Opinnäytetyöni on portfoliotyyppinen työ, jossa kuvaan neljää suurta kansainvälistä tapahtumaa, joihin olen osallistunut vapaaehtoisena työntekijänä vuosina 2015 ja 2016. Nämä tapahtumat ovat 15th World Gymnaestrada Helsinki 12.–18. heinäkuuta 2015, Nordic Business Forum 6.–7. lokakuuta 2015, Arctic15 2.–3. kesäkuuta 2016 ja Slush marraskuun 30. päivä ja joulukuun 1. päivä 2016.

Tämän työn yhtenä tavoitteena on kuvata suuria kansainvälisiä tapahtumia teoreettisessa viitekehysessä ja kuvata omaa oppimistani kansainvälisissä tapahtumissa vapaaehtoistyöntekijän ja itse tapahtumien näkökulmasta. Jokainen tapahtuma on ollut erilainen, oma erityislaatuinen kokemuksensa. Portfoliomaiseen esitystapaan, vapaaehtoistyön motivaatiofaktoreihin ja tapahtumien dynamiikkaan tutustuin kirjallisuuden avulla.

Itse tapahtumiin tutustuin tietenkin olemalla itse läsnä vapaaehtoistyöntekijänä, mutta pohjatietojen etsimiseen käytin apuna internetiä ja kirjallisuutta. Internetiä jouduin käyttämään paljon, koska alussa mainituista tapahtumista ei juurikaan ole kirjallisuutta saatavilla, paitsi Gymnaestradasta, jonka järjestävä maa vaihtuu vuosittain. Tapahtumista on myös kulunut aikaa, joten aikaisempien vuosien tapahtumista ei välttämättä ollut internetissäkään kovin yksityiskohtaista tietoa tarjolla.

Toisena tavoitteenani oli analysoida kokemuksiani ja tuottaa lisäarvoa niin tuleville vapaaehtoisille, tiiminvetäjille kuin oppilaitoksellekin. Liitteinä ovat omat raporttini Gymnaestradasta, Arctic15 tapahtumasta ja Slushista. Raportit kuuluivat osaksi kurssisuorituksia. Nordic Business Forumista ei ollut raportointikäytäntöä. Siitä sai opintopisteet esittämällä osallistujatodistuksen.

1.1 Portfolio opinnäytetyön menetelmänä

Portfoliota voidaan pitää kokoelmana tehtyjä työnäytteitä, jotka on järjestetty harkituksi ja järjestelmälliseksi kokonaisuudeksi. Näytteet voivat yhtä hyvin olla kirjallisia, kuvallisia kuin sähköisiäkin (Vilkkä & Airaksinen 2003, 46.) Tierney ym. (1991, teoksessa Linnankylä, Pollari & Takala 1994, 16) mainitsee, että muuallakin kuin oppilaitoksissa portfolioita käytetään arvioinnin välineinä. Omaa osaamistaan osoittavat mallit, valokuvaajat, toimittajat, arkkitehdit, jopa tutkijat ja yritysjohtajat keräämällä näytekansioonsa parhaimmat työnsä.

1.2 Portfolion määritelmä

1990-luvulta lähtien portfolio on yhä enenevässä määrin koettu välineeksi kehittää tekijänsä ammatillisuutta, persoonallisuutta ja oman filosofian löytämistä. Portfolio voi toimia oman kasvun välineenä, jossa ammatillisuus suodattuu persoonallisuuden kautta. Aikaisemmin portfolio määriteltiin ennemminkin keinona tai menetelmänä, jolla pystyttiin kuvaamaan ja ilmentämään portfolion erilaisia käyttömahdollisuuksia. Olipa kyseessä keino, menetelmä tai väline, sillä on koettu olevan selvä tehtävä ja tarkoitus (Niikko 2001a, 16.)

Tranovski ym. (1998, teoksessa Niikko 2001b, 16) kuvailee, miten portfolio mahdollistaa tekijälleen ikkunan avaamisen omiin kykyihin ja sellaiseen osaamiseen, joka tuottaa mielihyvää. Se antaa mahdollisuuden tarkastella aikaisempaa elämää ja menneitä tapahtumia. Painopiste siirtyy kohti ammatillisia tavoitteita ottaen huomioon myös tulevaisuuden. Samassa teoksessa Tranovski lainasi erään opiskelijan sanoja: ”Jos olet ylpeä portfoliostasi, olet ylpeä myös omasta työstäsi”.

2 Erilaiset tapahtumat

Tässä opinnäytetyössäni en keskity kaikkiin mahdollisiin eri tyyppisiin tapahtumiin, koska työni käsittelee neljää tapahtumaa, joiden yhdistävä tekijä on tapahtumien suuruus ja kansainvälisyys. Näistä tapahtumista Gymnaestrada oli ehdottomasti suurin ja kansainvälinen, Nordic Business Forum seminaarityyppinen, Arctic15 ja Slush messutyyppisiä tapahtumia. Tapahtumia yleisesti ottaen on monia eri kokoisia ja järjestelyvaatimuksiltaan eri tasoisia. Kirjallisuutta on myös paljon tarjolla tapahtumamarkkinoinnista alkaen. Johtuen portfolio-tyyppisestä opinnäytetyöstäni en syvenny itse järjestelyjen yksityiskohtiin, lähinnä yksinkertaisiin käsitteiden kuvauksiin, jotka antavat kuvan, miten ne eroavat toisistaan koskien näitä neljää tapahtumaa.

2.1 Käsitteet

Kansainväliselle suurtapahtumalle on tiettyjä kriteereitä, jotka Opetusministeriö on laatinut ja jotka nimenomaan Gymnaestrada täytti. Työryhmän tehtävänä oli laatia kansainvälisen suurtapahtuman kriteerit Suomessa järjestettävälle tapahtumille. Määritelmä rajattiin koskemaan kulttuuri-, liikunta ja nuorisopolitiikan toimialalle. Tällaisia kriteerejä ovat:

- Tapahtuma toistuu säännöllisesti ja kansainvälisesti.
- Tapahtuman saaminen perustuu kansainväliseen hakuprosessiin ja se voi olla myös kertaluonteinen.
- Tapahtuma saattaa asettaa tarvetta lisärahoitukselle ja mahdollisesti asettaa paineita myös ministeriöiden erillisrahoitukselle.
- Tapahtuman suuruutta voidaan määritellä osallistujamäärällä, vaikuttavuudella, näkyvyydellä mediassa ja kokonaiskustannuksilla.
- Tapahtuma on medialle avoin.
- Tapahtuma saattaa kohdistua tiettyyn jäsenkuntaan tai se voi olla yleisölle avoin.
- Tapahtumalla on eettinen perusta ja arvopohja ja ne täyttävät yhteisesti sovitut kriteerit. (Opetusministeriö. Kulttuuri, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto 2006, 9.)

Seminaarityyppiselle tapahtumalle Cambridge Dictionary antaa seuraavan määritelmän: "Seminaari on tapahtuma, jossa opettaja tai asiantuntija ja ryhmä ihmisiä tapaavat opiskellakseen tai keskustellakseen jostain aiheesta". Bright Knowledge, opetussivusto verkossa antaa tarkempia ohjeita seminaarikäyttäytymiselle:

"Seminaareihin kuuluu tärkeänä osana avointa keskustelua, joissa ei ole merkityksellistä mielipiteiden oikeellisuus tai vääräys, vaan jakaa mielipiteitä ja kuulla toisten osallistujien

ajatuksia”. Nordic Business Forum sopii täydellisesti tähän kategoriaan. Tietenkin osallistajat keskustelivat keskenään ja oli myös iltatilaisuuksia ja mahdollisuuksia verkostoitua, mutta myös inspiroitua puhujien esityksistä ja näin ollen myös vaihtaa ajatuksia saman henkisten ihmisten kanssa.

Messutapahtumassa kokoontuvat yhteen tietyn alan yrittäjät näytteilleasettelemaan, demonstroimaan ja keskustelemaan viimeisimmistä keksinnöistään, tuotteistaan ja palveluistaan. Suuret messutapahtumat järjestetään useimmiten messukeskuksissa, suurissa kaupungeissa ja ne kestävät useamman päivän. Pienempiä messutapahtumia järjestetään pienemmissä tiloissa, kuten hotellien kokoustiloissa. Pienemmät messut mahdollistavat paikallisten yrittäjien tutustua uusiin mahdollisuuksiin, tuotteisiin ja tarjontaan omalla alueellaan. Näytteilleasettajien tavoitteena on esitellä tuotteitaan tai ratkaisujaan uusille asiakkaille, vahvistaa jo olemassa olevia verkostoja, verkostoitua potentiaalisten asiakkaiden, sijoittajien ja median kanssa. (Business encyclopedia.)

Messuilla on useita näytteillepanoalueita. Näissä järjestetään tuote-esittelyjä, työpajoja ja work shoppeja tai, kuten Arctic15 tapahtumassa, work shoppeihin ilmoitettiin jo etukäteen ennen tapahtumaa, koska niille mahtui vain tietty osallistujamäärä. Näytteillepano ständeillä pääsee usein myös kokeilemaan ja testaamaan tuotteita, uusia innovaatioita ja tutustumaan tuotteiden ominaisuuksiin. Arctic15 tapahtumassa kokeilin kiipeilyseinää, jossa kiipeilyreittiä ohjattiin virtuaalisesti ja kokeilin myös varjoliitosimulaattoria. Messuilla on erinomainen mahdollisuus saada medianäkyvyyttä. Verkostoitumisen kannalta erilaiset iltatapahtumat ja yhteiset lounaat tarjoavat hyvän mahdollisuuden uusiin tuttavuuksiin. Usein messutapahtumissa on myös palkintojenjakotilaisuuksia parhaasta innovaatiosta. Näistä kerron tarkemmin luvussa neljä, joka kuvailee kutakin tapahtumaa.

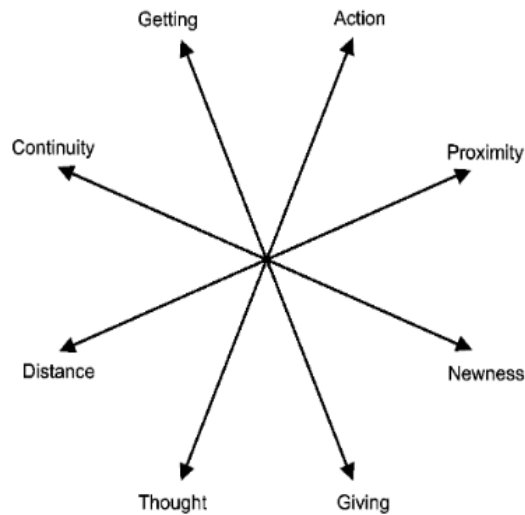
3 Vapaaehtoistyö tapahtumissa

Tässä luvussa keskityn ainoastaan tapahtumissa tapahtuvaan vapaaehtoistyöhön. Tapahtumissa tehtävä työ on kestoaltaan lyhytaikaista, vain päivästä tai parista muutamaa viikkoon. Työ on usein hyvin intensiivistä, jossa työtunteja ei juuri lasketa. Näitä tapahtumia ovat messut, konsertit, urheilutapahtumat, festivaalit tai vaikka talkootyöt yhteiseksi tai jonkun toisen hyväksi. Tapahtumavapaaehtoistyö vaatii suhteellisen lyhytkestoista sitoutumista verrattuna pitkäjänteiseen vapaaehtoistyöhön, joka voi tapahtua järjestöissä, yhteisöissä tai keskuksissa. Pitkäjänteinen vapaaehtoisuus saattaa olla myös sitoutumista vanhuksen tai nuoren tukiystäväksi tai kummilapsitoimintaan. Olipa työ pitkä- tai lyhytkestoista, yhdistävinä tekijöinä on, kuten sanakin antaa ymmärtää, vapaaehtoisuus. Työtä tehdään ilman pakkoa eikä siitä odoteta palkkaa tai korvausta Toinen yhdistävä tekijä on motivaatio.

3.1 Mikä meitä liikuttaa?

Tämä on osuva, Katariina Salmela-Aron ja Jari-Erik Nurmen toimittaman Motivaatiopsykologian perusteet -kirjan nimi. Kirja on itsessään mielenkiintoinen, mutta vapaaehtoistyön kannalta liiankin työurakeskeinen ja syvälle pureutuva. Kiinnostuin kuitenkin vapaaehtoisten motivaatioista. Miksi tuhannet ihmiset tekevät vapaaehtoistyötä omalla ajallaan ilman korvausta? Löysin Hannu Järvistön kirjoittaman blogin, jossa hän erinomaisella tavalla purki omiin kokemuksiinsa peilaten Anne Birgitta Yeungin kahdeksankulmio mallia (ks. Kuva 1.), joka on informatiivinen kahdella eri tasolla. Yeung on rakentanut mallin koskemaan nimenomaan vapaaehtoisen motivaation mallikarttaa. Saman kartan löysin myös kirjasta Vapaaehtoistoiminta Anti, Arvot ja Osallisuus, jonka Marianne Nylund on yhdessä toimittanut Anne Birgitta Yeungin kanssa. (Nylund 2005, 104-125.)

Kukin voi siis kokea asioita omalla tavallaan, ja eri vapaaehtoistyöt antavat eri asioita ja motivoivat erilaisten kokemusten ja kussakin työssä vaadittavien tarpeiden ja taitojen pohjalta. Kuten Hannu Järvistö blogissaankin kirjoittaa, tapahtumavapaaehtoistyö voi antaa todella paljon erilaisia työkokemuksia, tehtävistä riippuen erilaista uuttakin ammattitaitoa ja verkostoitumismahdollisuuksia. Se avaa ovia erilaisiin mahdollisuuksiin niin kulttuuri- kuin tapahtuma-alallakin. Samalla oppii itsetuntemusta ja miettii mitä teen, miten ja miksi teen niin kuin teen. (Järvistö 2016a.) Keskityn tässä siis pohtimaan vapaaehtoistyötä enemmänkin Hannu Järvistön purkamaan selitysmalliin viitaten. Tätä aihetta käsittelem luvussa 3.2.



Kuva 1. The Octagon Model of Volunteer Motivation
(Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organisations
Vol.15, No. 1, March 2004).

Anne Birgitta Yeungin kahdeksankulmio koostuu näistä elementeistä, jotka samalla muodostavat neljä vastaparia. Nämä yksittäiset osa-alueet ovat juuri niitä, joita voi vapaaehtoisena työntekijänä pohtia. Millaisen merkityksen ja painoarvon ne itselleen antavat? Ihmisillä on erilaiset motiivit lähteä liikkeelle ja osallistumaan. Toiset kaipaavat haasteita, toiset uusia tuttavuuksia, toiset haluavat auttaa, jotkut hyödyntämään omaa osaamistaan.

Hannu Järivistö kuin myös Marianne Nylund ovat purkaneet vastaparit seuraavalla tavalla:

Getting eli Saaminen:

- oppiminen, verkostot, uramahdollisuudet, työn merkityksellisyys, työkokemus, hyvinvointi, uudet kokemukset, uudet ystävät

Giving eli Antaminen:

- auttaminen, oman osaamisen jakaminen, ilo, tukeminen, kannustaminen

Action eli Toiminta:

- konkreettiset teot, elämysten tuottaminen, työn tulosten näkeminen, vaadittujen arvojen toteuttaminen

Thought eli Pohdinta:

- ammatillinen minäkuva, roolimallit, omien arvojen ja taitojen hahmottaminen, omien tavoitteiden selkiytyminen

Distance eli Etäisyys:

- vaihtelu arjen rutiineihin, joustavuus, epäitsekkyys, yhdessä toimiminen

Proximity eli Läheisyys:

- ihmiset, tiimihenki, ystävät, yhteisöllisyys, osallistuminen

Continuity eli Jatkuvuus:

- uuden oppiminen, jatkoa uralle ja tutut ihmiset, vapaaehtoistyön arvostaminen ja jatkaminen

Newness eli Uudet asiat:

- Uudet tiedot ja taidot, uudet ystävät ja kontaktit, elämykset ja muistot

3.2 Kahdeksankulmiomallin hyödyntäminen tapahtumarekrytoinnissa

Tapahtuman järjestäjä tietää, minkälaisia vapaaehtoistyöntekijöitä hän tapahtumaansa tarvitsee. Työnantaja voi, ja pitäisikin, määritellä itselleen, minkälaisia työntekijöitä hän todellakin tarvitsee. Näin hän varmistaa hakijan motiivit ja tapahtuman tarpeisiin sopivimmat työntekijät. Tämä helpottaa myös vapaaehtoisten jakamisen tiimeihin, joihin he parhaiten sopivat. Myös tiiminvetäjille malli antaa hyvän työkalun työntekijöiden opastukseen ja ohjeistamiseen. Kokonaisuuden kannalta motivaatiotekijöiden tunnistaminen palvelee koko organisaatiota. Minkälaiset motivaatiot tekevät organisaatiosta vahvemman, mitkä heikomman. Palautteen kerääminen tapahtuman jälkeen on tärkeää, koska sen avulla toimintaa voidaan rakentaa ja kehittää. (Järvistö 2016b.)

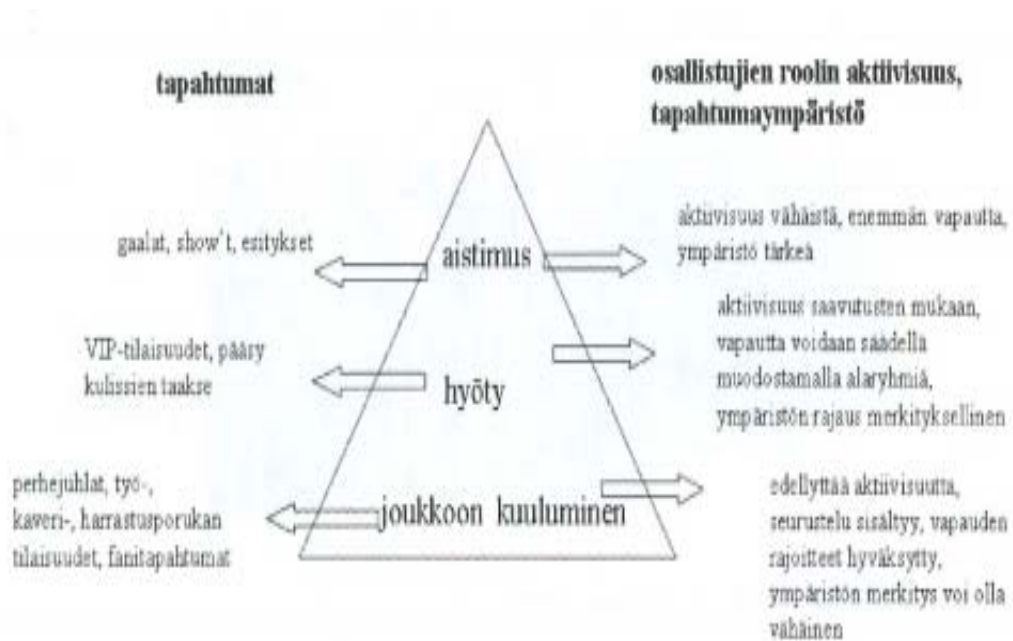
Tarkoitus on siis aikaansaada tiimit, joissa työntekijöillä on samansuuntaiset motiivit. Näin tiimissä on energinen tunnelma ja se toimii niin asiakkaan kuin tapahtuman onnistumisenkin parhaaksi. Nordic Business Forumin koulutukseen olikin kehitetty asiakaskokemusta ja parhaaseen lopputulokseen johtava malli: **KEK. Kitkaton, Energinen Kokemus** (Järvistö 2016c.)

Tämä kahdeksankulmiomalli oli myös oivallus itselleni. Mietin, mikä minua liikuttaa? Aina-kin koin itseni, persoonani ja motivaationi etäisyys-läheisyys-akselille kuin myös toimintapohdinta-akselille. Vapaaehtoistyötä samassakin tapahtumassa on niin monenlaista. Yhdessä hetkessä vastaanottaa VIP-vieraita, toisessa hetkessä kerää roskia ja tyhjenntää puolitäysinäisiä vesipulloja kierrätykseen. Samassakin tapahtumassa kokemukseni ja motivaationi olisivat saattaneet olla erilaisia riippuen siitä, minkälaiseen tiimiin minut rekrytoitiin. Silti koen yhdistäväksi tekijäksi avoimen ja positiivisen mielen. Kahdeksankulmiomallissa on paljon todellista. Tiimin sisälläkin huomasin ne, joilla oli enemmän omat verkostoitumistarpeet tärkeimpänä motiivina, kenellä enemmänkin yhteinen hyvä ja talkoohenki-syys.

3.3 Tapahtumasisällöt ja niiden tavoitteet

Edellä kuvasin vapaaehtoistyötä ja motivaatiotekijöitä, jotka saavat ihmiset osallistumaan vapaaehtoistyöhön. Tässä luvussa keskityn osallistujan näkökulmaan. Mikä saa ihmisen osallistumaan tapahtumaan ja minkälaiseen tapahtumaan osallistutaan?

Tapahtumille voi karkeasti määritellä kolme tapahtumatyyppiä, aistimus-, hyöty- tai joukkoonkuuluvuustapahtumat. Useimmiten tapahtumissa on piirteitä kaikista tapahtumatyypeistä (Catani 2008a, 49.) Kuva 2 on Johanna Catanin väitöskirjasta. Se kuvaa eri tapahtumatyyppejä ja osallistujien roolien merkitystä tapahtumassa.



Kuva 2. Tapahtumasisällöt

Aistimustapahtumissa ohjelmallisuus ja viihteellisyys ovat suuressa osassa. Tämän tyyppisen tapahtuman vahvuus perustuu erityisesti tapahtumaan osallistujan, aistimuskohteen ja koko tilaisuuden vuorovaikutukseen. Se, onko osallistujien keskinäisellä kemiolla niin merkitystä, ei ole päätarkoitus. Hyviä esimerkkejä tällaisista tapahtumista ovat konsertit ja yleisötapahtumat joissa on ohjelmaa. *Hyötytapahtuma* on rajattu tietyille osallistujaryhmälle. Tavoitteena on tarjota jotain enemmän kuin mitä tämän ryhmän ulkopuolelle tarjotaan. Osallistujat ovat valittuja. Näissä sosiaalinen vuorovaikutus on todennäköistä ja kiinnostus muihin osallistujiin suurempaa. Tämän tyyppisissä tapahtumissa arvostetaan bisnesosaamista, verkostoitumista ja palkitsemista hyvin tehdystä työstä. *Joukkoonkuuluvuustapahtumiin* osallistujat ovat aktiivisimpia. Niissä kaikkien vuorovaikutusta tarvitaan, jotta kokemuksesta tulee merkityksellinen. Sosiaalinen vuorovaikutus ja seurustelu ovat tärkeimmässä asemassa (Catani 2008b, 48–49.)

Kuten Catani itsekin kirjoitti, että tapahtumat voivat olla korostetusti jotain näistä kolmesta tapahtumatyyppistä. Ne saattavat silti usein sisältää piirteitä kaikista tapahtumatyypeistä. Mielestäni korostuksellisesti aistimustapahtumia olivat Gymnaestrada, Nordic Business

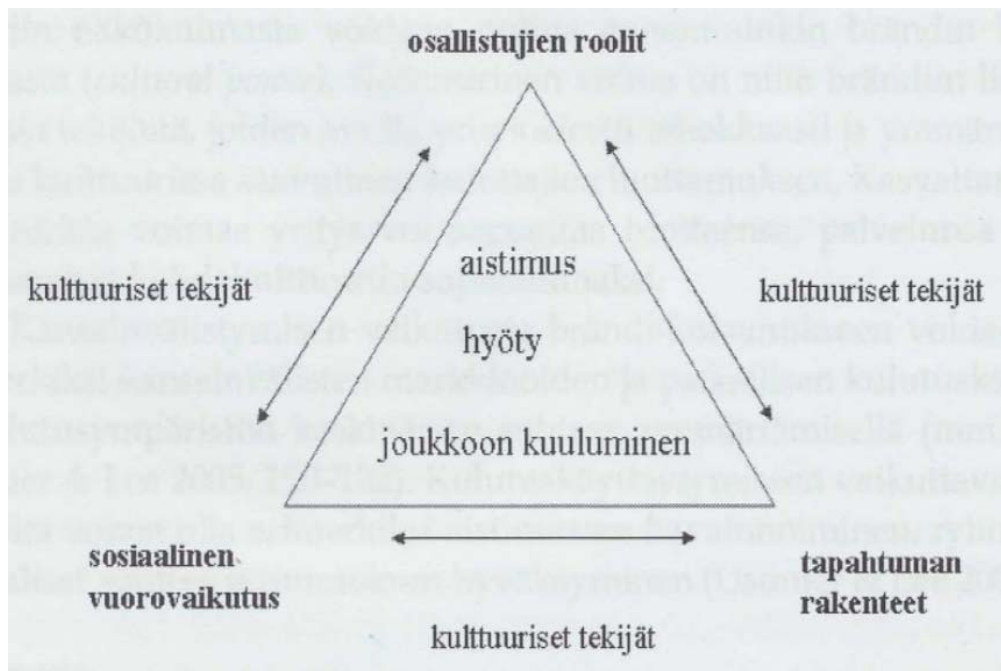
Forum, kuten myös Slush. Toisaalta Nordic Business Forum, Arctic15 ja Slush olivat selkeästi hyötytapahtumia. Ne oli suunnattu tietyille osallistujaryhmälle. Kulkuluvan nauhan värin perusteella oli helposti todettavissa, onko asiakas VIP. Heille oli omia tapahtumia, seminaareja ja cocktail -tilaisuuksia. Tämä viittaa juuri ympäristön rajauksen ja mahdollisesti myös alaryhmien muodostumiseen. Ehdottomasti joukkoonkuulumistapahtuma oli Gymnaestrada. Siellä kaikki olivat liikuntahenkisiä ja kansainvälisellä, yhteisellä liikunnan ilolla mukana. Toisaalta Nordic Business Forum perustui paljon amerikkalaishenkiseen tunnelman luomiseen, joten sielläkin luotiin yhteenkuuluvuuden merkitystä, enemmän kuin Arctic15-tapahtumassa tai Slushissa.

3.4 Brändi-kokemus tapahtumaympäristössä

Tämän opinnäytetyöni kannalta ei ole kaikkein oleellisinta paneutua brändi-sanan merkitykseen syvällisesti, mutta luin verkosta mielenkiintoisen artikkelin, jonka on kirjoittanut kauppatieteiden tohtori, Minna Törmälä, Oulun Business Schoolista. Artikkelin otsikko on ”Brändi ei ole logo – se on hyvä tarina”. Tarina on kiinnostava ja merkityksellinen sen kohderyhmän silmissä. Myöhemmin kun paneudun näihin neljään tapahtumaan tässä opinnäytetyössäni, jokaisen taustalla on tarina. Brändi on sitä, miten yritys toimii, miten asiakkaita palvelee ja miten työntekijöitä kohdellaan. Aitous on tärkeää, jossa voi toki olla apuna hyvä mainostoimisto, jolle ei kuitenkaan pidä antaa isännän asemaa. Yritysbrändillä on omannäköinen visio, arvomaailma ja ajattelutapa, jonka mukaan yritys toimii pitkällä aikavälillä. Hyvää tarinaa myös mielellään kerrotaan eteenpäin. Teknologiasta tuleekin helposti ymmärrettävää. Se koskettaa, naurattaa, liikuttaa ja on ihmistä lähellä. Näin ollen myös asiakkaista ja sidosryhmistä tulee brändin rakentajia. (Törmälä 2016a.)

Suomalaisten yritykset usein tukeutuvat teknologiaosaamiseen, tutkimukseen ja tuotekehitykseen. Se ei riitä. Sen osaamisen ympärille on kehitettävä kiinnostavia ja houkuttelevia elementtejä. Teknologiaa tärkeämpää onkin se arvo, jonka teknologia mahdollistaa ongelmien ratkaisuun. Start up yrityksille brändäys on tärkeää, juuri sitä kasvua ja kansainvälistymistä. Brändi ei koskaan tarjoa kaikkea kaikille. On erottauduttava muista, tuntee oma kohderyhmä, tuntee liiketoiminta ja sen säännöt ja keskittyy olennaiseen. Törmälän 2016 artikkelia lainaten: ”Brändi pukee monimutkaisen teknologian helposti ymmärrettävään muotoon ja lisää yritykselle persoonan ja sielun. Siihen asiakkaiden ja sidosryhmien on helpompi samaistua. Tästä hyvänä esimerkkinä on Googlen arvolupaus tuoda informaatio kaikkien saataville.”. (Törmälä 2016b.)

Viitaten ”brändiyteen”, alla olevassa kuvassa (ks. kuva 3.), joka myös on Johanna Catanin väitöskirjasta, hän käsittelee osallistujien rooleja, sosiaalista vuorovaikutusta ja tapahtuman rakenteita, sekä näiden keskinäistä vuorovaikutussuhdetta. Hän tutkii aihetta siis osallistujan näkökulmasta. Malli perustuu Goffmanin (1986) kehysanalyysiin sosiaalisesta interaktiosta sekä Pine & Gilmoren (1999) ajatuksiin tapahtumien sisältöjen ja teemojen vaikutuksesta sosiaaliseen vuorovaikutukseen (Catani 2008c, 46.) Mielestäni tämä on mielenkiintoinen malli, koska tosiaankin kaikki nämä neljä tapahtumat ovat brändejä. Ne ovat kansainvälisiä, kansainvälisesti tunnettuja, arvostettuja ja jokavuotisia, paitsi Gymnastrada, joka järjestetään joka neljäs vuosi.



Kuva 3. Brändi-kokemuksen malli

Scollon & Scollon kirjassaan *Discourses in place*, kuvaavat brändi kokemusta yhteisölliseksi toiminnaksi. Tämä siis tarkoittaa, että kyseessä on ryhmä, jota voidaan määritellä seuraavilla piirteillä:

- tarkkaavaisuus kohdistuu ryhmän jäseniin
- ekologinen läheisyys ryhmää kohtaan
- keskustelu ja muu vuorovaikutussuhde jäsenten kanssa ja vuorovaikussmahdollisuus on myös jatkuvaa
- yhteisesti sovitut tavat, tulla, olla ja lähteä ryhmästä
- ryhmässä on enemmän käyttäytymismahdollisuuksia verrattuna siihen, että olisit yksin samassa tilanteessa (Catani 2008d, 52.)

Minua jäi hämmentämään tässä määritelmässä ”ekologinen läheisyys”, mutta löysin verkosta Kristiina Skinnarin väitöskirjan (2012), joka on myös Jyväskylän yliopistosta ja käsittelee kielenoppijaidentiteettejä. Itselleni ekologisuus liittyi luonnon huomioonottamiseen ja luontoa säästävään ajatteluun, mutta sillä on muitakin merkityksiä. Väitöskirjan otsikko on ”Tässä ryhmässä olen aika hyvä”. Mielestäni se oli erinomainen selvennys ekologiseen läheisyyteen koskien brändi-kokemusta.

Schmitt (1999) kirjassaan *Experimental marketing: How to get customers to SENSE, FEEL, THINK, ACT, RELATE to your company and brands*, kuvailee, miten läsnäolo voi olla fyysistä tai kuvitteellista. (Catani 2008e, 52). Jos reflektoin tätä näihin neljään tapahtumaan, niin kaikissa oli mahdollisuus päästä kokemaan kuvitteellinen, tai oikeastaan virtuaalinen brändikokemus. Vaikka ei itse olisi ollut paikalla, Nordic Business Forumiakin seurasi työyhteisöissä tai muissa kokoonpanoissa 20 000 ihmistä Live Streamin välityksellä. He olivat omalla tavallaan mukana ja kuuluivat brändijoukkoon. Catani itse kirjoitti juuri siitä, että kokemus on vähemmän kuin keskustelua, mutta enemmän kuin satunnaista kohtaamista. Esittäytyminen ei ole pakollista ja ryhmään voi silti tuntea kuuluvansa, vaikkei osallistuisikaan aktiivisesti keskusteluun. Seurustelu on tapakulttuurisidonnaista ja positiivishenkistä, jolla ei varsinaisesti ole tavoitteena päästä mihinkään lopputulokseen.

4 Tapahtumat joihin osallistuin

Tässä luvussa käsittelen jokaista tapahtumaa omana alalukunaan. Käsittelen tapahtumat aikajärjestyksessä vanhimmasta viimeisimpään. Taustatietoja tapahtumista olen tutkinut kirjallisuudesta, tapahtumien nettisivuilta, katsomalla verkosta videoita tapahtumista ja puhujista. Kirjallisuutta on ollut tarjolla ainoastaan Gymnaestradasta, varmaankin siksi, että se oli hyvin ainutkertainen tapahtuma Suomessa ja siksi innostanut syvempäänkin tapahtuman analysointiin. Kilpailu on kovaa tapahtuman saamiseksi, ja sitä käydään useita vuosia eri maiden välillä. Nordic Business Forum, Arctic15 ja Slush ovat vuotuisia ja tunnettuja kansainvälisiä tapahtumia, joiden asiakaskunta on bisnesmaailman ihmisiä, joille kyseiset tapahtumat ovat usein jo entuudestaan tuttuja ja he saapuvat Suomeen juuri kyseisiä tapahtumia silmällä pitäen, harvemmin yhdistettynä lomailuun tai muihin tarkoituksiin.

Slushista oli vähiten eriävää ja syvällistä tietoa. Sen takia päälähteeni on ollut uutisartikkeli, joka kuvasi tapahtumaa ja sen erikoislaatuisuutta kattavimmin. (Yle 2017.) Haastattelini myös oman tiimini Group Leaderia sekä yhtä Slushin vierailijaa.

Oma portfolioni on erityyppinen kuin ne, joihin olen tutustunut, koska olen ollut mukana kaikissa näissä neljässä eri tapahtumassa ja kuvailen niitä kaikkia ensin objektiivisesti, eli tietoon perustuen, mutta myös subjektiivisesti vapaaehtoisen näkökulman huomioiden. Portfoliot, joihin tutustuin, käsittelivät ennemminkin joko portfolioa tutkimusmenetelmänä, tai olivat toimeksiantoja tiettyä tapahtumaa ja sen tiettyä osa-aluetta koskien. Tässä tutkimuksessa kuvailen kokemuksia vapaaehtoisen näkökulmasta. Tapahtumia ei voi vertailla, mutta selkeästi näistä tapahtumista täysin erilainen oli Gymnaestrada. Nämä kolme muuta tapahtumaa olivat hyvin erityyppisiä, joskin lähinnä toisiaan olivat Arctic15 ja Slush. Viitataan tässä aikaisempaan lukuun tapahtumasisällöistä (ks. luku 3.3).

4.1 The 15th Word Gymnaestrada, Helsinki 2015

Gymnaestrada on ollut Suomen kaikkien aikojen suurin kansainvälinen tapahtuma. Kaupunki varautui vastaanottamaan noin 21 000 osallistuvaa vierasta yli 50 eri maasta ja viidestä eri maanosasta. Noin 17 000 osallistujista saapui ulkomailta. Suomesta osallistujia oli 4000, 140 voimisteluseurasta. 80 % osallistujista oli naisia ja tyttöjä, 20 % miehiä ja poikia. Vapaaehtoistyöntekijöitä tarvittiin noin 3 000. Tapahtuman budjetti oli 20 miljoonaa euroa Voimisteluliiton arvion mukaan tapahtuman talousvaikutukset Helsingille ja koko pääkaupunkiseudulle olivat noin 30 miljoonan euron luokkaa. Osallistujien lisäksi kaupungissa oli myös kansainvälisiä risteilyaluksia, joiden yksi pysähdyskohteista oli Helsinki. Ja

tietysti kaupungissa oli myös muita kaupunkilomailloita (Helsingin kaupunginkanslia 2015a.)

Tarkkoja tunnuslukuja ei tutkittu, mutta tällaisia olisivat olleet tapahtumien kävijämäärät, tapahtumien rahoitus ja sen muodostuminen sekä tapahtuman henkilöstön ja vapaaehtoisten määrä. Valtion liikuntaneuvoston tavoitteena onkin jatkossa kerätä tietoa valtion avustamien hankkeiden taloudellisista vaikutuksista systemaattisemmin. On tärkeää tietää suorat taloudelliset vaikutukset, aluetaloudelliset vaikutukset, ympäristö-, työllisyys-, imago-, matkailu- ja sosiaaliset vaikutukset. Myös olosuhteiden käyttöön, rakentamiseen, välineistöön liittyvää tietopohjaa ja suunnittelun systemaattisuutta tulisi olennaisesti vahvistaa (Valtion Liikuntaneuvosto 2015a, 9.)

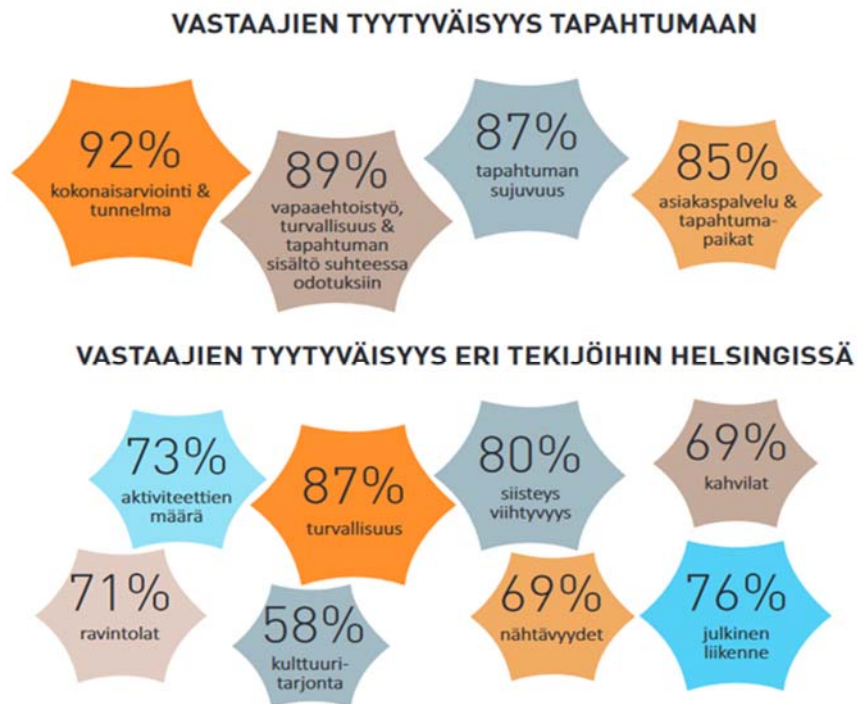
Gymnaestrada järjestetään neljän vuoden välein. Helsingin kaupunki aloitti hakuprosessinsa jo v. 2008 Voimisteluliiton ja opetus- ja kulttuuriministeriön yhteistyöllä. Vuonna 2010 Japanissa järjestettiin Kansainvälisen Voimisteluliiton FIG:n neuvoston kokous, jossa vuoden 2015 tapahtuman järjestämisoikeudet myönnettiin Helsingille. Hakukilpailussa taakse jäivät Ruotsi, Norja ja Espanja. Gymnaestradan kaltaisilla tapahtumilla on kaupungille huomattava taloudellinen vaikutus ja myös suuri merkitys kansainvälisen tunnettuuden kannalta (Helsingin kaupunginkanslia 2015b.)

Jo 1960-luvulla Wienin (v.1965) ja Baselin (v.1969) Gymnaestradat loivat pohjaa Suomen Gymnaestrada-isännöydelle. Merkillepantavaa oli suomalaisten voimistelijoiden osallistumisaktiivisuus, voimistelun taso ja luonne. Japanissa FIG:n kokouksessa Suomea olivat edustamassa opetusministeri Stefan Wallin, Helsingin apulaiskaupunginjohtaja Tuula Haatainen, pääsihteeri Marja Laakso ja kuusi Voimisteluliiton edustajaa (Virkkunen 2015a, 120.)

Suomi ja Helsinki voitti muut hakijamaat heti ensimmäisessä äänestyksessä yli 50 prosentin äänimäärällä. Suomi esitti hakemuksessaan aivan uudenlaisia ohjelmaideoita, kuten Suomen valoisista kesäöistä inspiraationsa saaneen ”Midnight Sun Special evening” kenttäohjelmien iltagaalanäytöksen, kuin myös kansainvälisen kenttäohjelman ”Gymnaestrada Word Team”. Kenttäohjelmaa harjoiteltiin maailmanlaajuisesti ennen Helsingin Gymnaestradaa eri voimistelutapahtumissa verkon kautta jaettavalla videolla ja Helsingissä tapahtuman aikana kahdessa suurharjoituksessa olympiastadionilla. Noin kuusiminuuttinen ohjelma oli teemaltaan nimetty ”Kokekaamme yhdessä voimistelun ilo” (Virkkunen 2015b, 120–121.) Tästä taltioitiin myös YouTube-video (Gymnaestrada 2015).

Osallistujista 65 % majoittui 50:ssä Helsingin koulussa, joihin tilattiin yli 4500 patjaa suurimmalta partnerilta, Sanserilta. Avajaiset ja päätöstapahtuma järjestettiin Olympia stadionilla. Sonera Stadiumilla oli kaikkiaan 13 tuntia esityksiä, ja Helsingin jäähallissa järjestettiin kolme Kansainvälisen Voimisteluliiton eli FIG:n gaalailtaa. Muita esityksiä ympäri Helsinkiä oli yli 200. Eri maiden voimisteluliittojen ryhmäesitykset tapahtuivat Messukeskuksessa 13.–17.7. Jokainen ryhmä esiintyi jossain kaupungin esiintymiskohteesta viikon aikana kolme kertaa. Näitä olivat Linnanmäki, Paavo Nurmen aukio ja Senaatintori. Pelkätään Messukeskuksessa tarjottiin osallistujille lähes 100 000 aterialla. Kaiken kaikkiaan esityksiä viikon aikana oli yli 200 tuntia. Myös yleisöllä oli mahdollisuus osallistua ja kokea liikunnan iloa kaupungin ulkopaikoissa. Töölön Urheilutalossa puolestaan pääsi kokeilemaan erilaisia välineitä, kuten trampoliinia ja rytmisen voimistelun välineitä kokeneiden vapaaehtoisten opastuksella (15th World Gymnaestrada, Participant Guide 2015.)

Liikuntaneuvoston taholta Gymnaestradaa tehtiin kyselytutkimus, johon voi tarkemmin tutustua verkossa. Liitteessä 1 on koottuna muutamia keskeisiä lukuja kyselyyn vastanneista. Tämä oli kansainvälinen otanta. Alla oleva kuva antaa yleistä kuvaa vastaajien tyytyväisyydestä tapahtumaan ja myös tyytyväisyydestä eri tekijöihin Helsingissä. Tässä mainittakoon kuitenkin, että kyselyyn vastasi yhteensä 811 henkilöä.



Kuva 4. Tyytyväisyyskyselytutkimuksen tulokset

Tämä kuva osoittaa aika huimia lukuja. Kukapa ei olisi tyytyväinen kokonaisarviointista. Kyseessä on kuitenkin kansainvälinen tapahtuma, jossa kaikkia ei voi miellyttää. Tunnelma oli huikea! Uskon, että yksi syy, miksi Suomi valittiin Gymnaestrada tapahtuman isäntämaaksi, on Suomen turvallisuus yleisesti ottaen erinomaista luokkaa.

Kaikkiin tapahtumiin liittyy olennaisesti turvallisuusasiat myös itse tapahtuman aikana. Ne on mietittävä etukäteen ja niihin on varauduttava. Tapahtumassa työskentelevien on tiedettävä varapoistumistiet, ensisammutuskaluston sijainti, ensihoidon ammattilaisten sijainti ja yhteystiedot. Vastuu tapahtuman turvallisuudesta on aina järjestäjällä. Turvallisuusriskit ja turvahenkilöstön määrä tulee aina määrittää ja mitoittaa riskiarvion mukaisesti (Vallo & Häyrinen 2016a, 216–217.)

Lainsäädäntö myös sääntelee turvallisuutta tapahtumissa. Kokoontumislaki (530/1999) sääntelee yleistä yleisötapahtumien ja kokousten turvallisuutta ja järjestämistä. Järjestyslaki (612/2003) edistää turvallisuutta yleisillä paikoilla koko maassa ja lisäksi pelastuslaki (379/2011) yhdessä valtioneuvoston asetuksesta pelastustoimesta (407/2011) määrittävät yksityiskohtaisesti, milloin vastuullisen tapahtumanjärjestäjän on laadittava pelastussuunnitelma yleisötapahtumaa koskien. Tämän vaatimuksen täyttämiseen riittää se, että tapahtumaan arvioidaan saapuvaksi vähintään 200 henkeä (Vallo & Häyrinen 2016b, 217.)

4.1.1 Oma kokemukseni Gymnaestradasta

Ilmoittauduin vapaaehtoiseksi Haaga-Helian verkkolinkin kautta. Tapaamiskertoja oli yksi ennen tapahtumaa. Siellä saimme yleistä informaatiota tapahtumasta ja saimme myös tietää, mihin tehtäviin kukin oli määrätty. Meille esiteltiin myös tulevat työasumme. Ne olivat edustavat ja samalla myös käytännölliset ja liikuntahenkiset.

Olin avajaisissa lipunkantajien avustajana Olympiastadionilla ja muina päivinä organisoimassa ryhmäesityksiä Messukeskuksessa. Avajaispäivää edeltävänä päivänä oli kenraali-harjoitus stadionilla. Lipunkantajien avustajina varmistimme, että jokaisen maan lipunkantajat olivat paikalla oikeassa järjestyksessä ohjeiden mukaisesti ja autoimme lippuvöiden kanssa. Itse joukkueet odottivat järjestäytyneinä valmiina seuraamaan maansa lipunkantajaa. Kulkueen jälkeen lipunkantajat palasivat palauttamaan maakyltit ja lippusalot paikoilleen. Siinä oli tiivistä tekemisen tunnelmaa vaatteidenvaihtoineen kaikkineen.

Messukeskuksessa esiintymisalueita oli yhteensä kahdeksan, joissa jokaisessa oli eri maiden eri ryhmiä esiintymässä samanaikaisesti. Yleisö pystyi helposti käsiohjelmasta

seuraamaan missä ja milloin tietyn maan ryhmä esiintyy mihinkin aikaan ja näin siirtymään katsomosta toiseen mieltymystensä mukaan. Esitykset kestivät 10–15 minuuttia. Sitä ennen ryhmät saivat lämmitellä verhon takana lämmittelyalueella 15 minuuttia. Esityksen jälkeen ryhmällä oli pukeutumistilassa, joita oli useampia, 10 minuuttia aikaa vaihtaa vaatteet ja luovuttaa tila seuraavalle ryhmälle. Se oli tehtävä, joka todella vaati koordinoimista ja pitkäjänteisyyttä.

Tehtävä vaati myös kulttuurien välisiä viestintätaitoja, mikäli kielitaito loppui kesken. Oli hermostumatta ymmärrettävä kulttuurien välisiä eroja erityisesti aikakäsitteen hallinnassa. Kaikki ryhmät eivät saapuneet paikalle pedantisti, eivätkä edes ryhmänä. Ryhmän jäseniä saapui paikalle yksi kerrallaan. Aikataulussa oli silti pysyttävä, koska ohjelmaa oli niin paljon.

Esitysten aikana työtehtäviini kuului katsomon tapahtumien seuraaminen yleisen turvallisuuden takaamiseksi. Myös liikuntarajoitteisten ja pyörätuolien vapaa kulku oli mahdollistettava. Jotkut vapaaehtoiset toimivat kiertävinä tauottajina. He kiersivät näitä kahdeksaa esiintymisaluetta ja tulivat päästämään lounastauolle tai kahvitauolle. Loppuseremonioita ennen olin ohjaamassa eri maiden VIP-vieraita heille varattuihin aitiioihin Olympiastadionilla.

4.2 Nordic Business Forum, Helsinki 2015

Nordic Business Forum järjestetään vuosittain Helsingin Messukeskuksessa. Helsingin sanomat kuvaili tapahtumaa 4.10.2017 ”yhdeksi maailman suurimmaksi bisnesmaailman herätyskokoukseksi”, samalla ihmetellen, miksi ihmiset ovat valmiita maksamaan osallistumisestaan toistatuhatta euroa? Tapahtumasta, jonka puhujat eivät oikeastaan tarjoa mitään uutta? (Teittinen 2017.)

Nordic business Forum järjestettiin vuonna 2017 jo kahdeksannen kerran. Koko tarina alkoi vuonna 2009, jolloin tapahtuman perustajat, opiskelijat Hans-Peter Siefen ja Jyri Lindén järjestivät seminaarin kokoamalla yhteen muutamia kymmeniä henkilöitä Jyväskylässä. Vuotta myöhemmin järjestettiin jo 700 hengen seminaari, ja vuonna 2011 lavalle nousivat kansainvälisetkin puhujat, mm. Yhdysvaltain entinen varapresidentti Al Gore. Vuodesta 2014 lähtien Nordic Business Forum on järjestetty Helsingin Messukeskuksessa. Seminaaritapahtuma on kasvanut vuosien myötä yhdeksi suurimmista Euroopassa ja sen osallistujamäärä mukaan lukien suoran verkkolähetyksen seuraajat lähentelevät jo 20 000:tta (Yle.fi 2017.)

Nordic Business Forum on nykyään menestyvä kasvuyritys, jonka toimitusjohtaja Hans-Peter Siefen kertoi Elomedian haastattelussa vuonna 2016 yrityksen nelikohtaisesta kehityksestä. Alla tiivistelmä haastattelusta, koska se kertoo Nordic Business Forumin kasvutarinan maailmanlaajuisesti merkittäväksi bisnesmaailman tapahtumaksi.

1. Unelmoi rohkeasti

Siefen ja Lindén tapasivat toisensa Jyväskylässä vuonna 2007 yhteisen ystävän esittelemänä. Ystävä sanoi: ”Teidän pitäisi jutella”. Sekä Siefen että Lindén olivat innostuneita yrittämisestä. Lindén oli ollut mukana perustamassa Koululaislehteä, kun taas Siefen oli kokeilumielessä lähtenyt kokeilemaan myyntiedustajan töitä. Siefen oli jo vuonna 2003 osallistunut businessvalmennukseen Helsingin Kulttuuritalolla ja innostunut siitä suunnattomasti. Seminaari koski yritysjohton valmennusta ja motivointia. Hän alkoi käydä vastaavanlaisissa valmennuksissa, luki kirjoja ja innostui itsensä kehittämistä ja sitä kautta kasvamisesta. Hänen unelmansa oli syntynyt: Oma yritys businessvalmentamisen saralta. Polvileikkausten takia yritys saatiin kuitenkin perustettua vasta vuonna 2013.

2. Jokainen kauppa on kasvua

Niukasta budjetista huolimatta ja innostuksensa siivittämänä miehet eivät tunteneet pelkoa eikä epäilyksen hetkiä. Hyvät suunnitelmat ja laskelmat antoivat varmuutta unelman toteutumisesta. Ensimmäisenä kasvun askeleena Siefen piti ensimmäistä myyntipuheluaan. Kasvu alkoi asiakkaiden kohtaamisesta ja itsensä altistamiselle, niin kieltäytymiselle, kuin kaupan syntymiselle. Epäonnistumisista huolimattakin sisäinen tsemppaus tuli sen tiedostamisesta, että jokainen kauppa on kasvua. Osallistujat olivat tyytyväisiä ja kasvu lähti nousuun siitä alkaen, kun osallistujat halusivat ostaa liput myös seuraavan vuoden konferenssiin. Kasvun edellytyksenä oli siis pitää jo olemassa olevat asiakkaat tyytyväisinä ja hankkia lisää uusia asiakkaita.

3. Kasva esimieheksi

Itse tapahtuman kasvu ja kehitys ovat selkeät mittapuut Nordic Business Forumin kehitykselle. Ensin he järjestivät pienimuotoisia tapahtumia, ensimmäisen vuonna 2010, ja jo siihen palkattiin ihmisiä lähipiiristä. Lopulta pienemmät tapahtumat jätettiin pois. Kaikki into ja energia laitettiin varsinaiseen päätapahtumaan ja sen kehittämiseen. Kasvun taustalla ja sen tulosta ovat vuosittain ylittyvät kävijämäärät. Asiakaspalvelun ja laskutuksen resursseja on tästä syystä kasvatettu. Liiketoiminnan kasvun taustalle on tarvittu yhä enemmän kyvykkäitä ihmisiä. Vuosittain yrityksen rivit ovat täydentyneet ja viimeisen kahden vuoden aikana henkilöstön määrä on tuplaantunut. Nyt yrityksen riveissä toimii jo 25 työntekijää, joista jokainen uskoo itsensä kehittämiseen ja Nordic Business Forumiin. Kasvu on myös tuonut mukanaan esimiehenä olemisen haasteen, joka on kehittämiskohdeista merkittävin. Kasvavassa yrityksessä on kyettävä rakentamaan ja kehittämään yritystä, mutta samalla on oltava läsnä ja kuunneltava. Ihmiset ovat kriittisiä. Johtajalta odotetaan paljon.

4. Kansainvälisille markkinoille

Alusta alkaen Nordic Business Forumilla on ollut ulkomaalaisia asiakkaita, mikä rohkaisi lähtemään ulkomaan markkinoille. Jälleen nähtiin horisontissa entistä suuremman kasvun mahdollisuudet. Tänä päivänä se onkin yrityksen suurin haaste. Uudessa maassa aloittaminen on hyvin samankaltainen kuin se oli Suomessa. Pienestä on lähdettävä liikkeelle ja monen asian toimittava, jotta tapahtuma onnistuu. Vuoden 2017 tammikuussa järjestettiin ensimmäinen Nordic Business Forum Sweden, jossa osallistujia oli tuhatkunta. Paitsi, että Ruotsin tapahtumaa ruvettiin valmistelemaan vuonna 2016, samaan aikaan oli myös täydessä valmisteluvaiheessa Nordic Business Forum 2017 Helsingissä. Nykyhetken ja tulevaisuuden tekeminen samanaikaisesti on yrittäjyyden yksi suurimmista haasteista. Salaisuus piilee ajan ja resurssien jakamisella. Sekä nykyiselle ja tulevalle on varattava oma aikansa. Kasvun avain ei siis ole kiireinen ”multitasking” vaan tarkkaan suunniteltu ajankäyttö. Ajanhallinnalle onkin tarvetta, sillä Siefenin ja Lindénin tavoitteena on vuoteen 2021 mennessä Nordic Business Forumin olevan omissa kategoriassaan merkittävin liikkeenjohdon konferenssi. Sitä ennen on tavoitteena kansainvälistyä vielä entisestään. Esim. vuoden 2018 tammikuussa järjestettiin peräjälkeen Nordic Business Forum Tukholmassa ja Osllossa. Kasvu on tapahtunut odotettua nopeammin, silti askel askeleelta taktiikkaa aiotaan jatkaa tulevaisuudessakin. (Elomedia, 2016.)

Nordic Business Forum ei ole hyväntekeväisyystapahtuma. Tapahtuman liikevaihto nousi viime vuonna noin 7,7 miljoonaan edellisvuoden reilusta kuudesta miljoonasta eurosta. Tapahtuma työllistää vuoden ympäri 25 henkeä. Itse tapahtumassa työskentelee noin 600 palkollista ja 260 vapaaehtoista. (Juvonen, 2017.) Puhujien hankinta aloitetaan jo vuotta aikaisemmin, koska tapahtuman idea pitää myydä heille, eli antaa syy, miksi heidät halutaan tapahtumaan. Tarkkoja lukuja ei voida tietoisuuteen, mutta kyse ei ole kymmenistä vaan sadoista tuhansista. Puhujat ovat bisnesmaailman rokkitähtiä (Elo, 2017.)

Yle uutisten artikkelissa Janne Toivonen kirjoittaa siitä, miten kaukana ovatkaan ne päivät, jolloin pääpuhujat nousivat lavalle puhujanpönttöön paperit kahisten ja paikallaan seisten. Nyt headset mikrofonit ovat vapauttaneet puhujat liikkumaan ja ottamaan lavan haltuunsa. Lavalle saavutaan savupilven saattamana ja spottivaloissa kauhotaan käsillä siivittämään sanomaa. Näin korostetaan dynaamisuutta ja innovatiivisuutta. ”Nordic business Forum ei ole mikään kaiken kansan tapahtuma vaan yritysjohtajien innostamis- ja verkostoitumiskonferenssi. Puhujat jakavat menestysvinkkejä, ja johtajat tapaavat toisiaan.” (Toivonen 2017a.)

Joka vuosi koko kongressilla on oma teemansa. Vuonna 2015 se oli *Impact*, vuonna 2016 *Advantage: Digitalization, Culture, Marketing*. (Nordic Business Forum, Past Events 2016a.) Nordic Business Forumin kävijä, Thierry Wordpressistä kirjoitti, miten jokainen puhuja toi puheissaan esille oman näkemyksensä siitä, mikä tekee yrityksestä menestyvän.

Tällaiseen tapahtumaan osallistuminen tuottaa automaattisesti ajatusketjuja erilaisten oivallusten välillä. Suurin oppi, josta hän oli kiinnostunut, oli se, mitä maailman johtavat yritysjohdajat tekevät, jotta heidän yrityksistään on tullut menestyvä? Useat puheet kohdistuivat tähän dilemmaan ja sitä käsiteltiin avaamalla ongelman ydintä monin esimerkein. (Thierry 2016.)

Lukuisilla esimerkkitapausten koonneilla karismaattiset puhujat kehittivät universaaleja elämänohjeita, kuten: ”*Look at what you have instead of what you don’t.*” ”*Unsuccessful business is a combination of bad habits and inability to dance with fear*”. Tapahtumasta johtajat saavat menestysvinkkejä ja tilaisuuden tavata toisiaan (Toivonen 2017b.)

Nordic Business Forum tarjoaa myös mahdollisuuden osallistujille tutustua suomalaiseen ruokakulttuuriin. Kahvitaukojen lisäksi Messukeskuksessa tarjoillaan myös lounas. Perinteisesti Fazer Food Services vastasi tilaisuuden ruokatarjoilusta. Suomi 100 juhluvuonna myös ruoalla oli oma teemansa, johon kuuluivat kotimaiset raaka-aineet, sesonginmukaisuus sekä ruoan vastuullisuus. Sesonginmukaisuus näkyi mm. kasviksissa ja marjoissa, suomalaisuus korostui lihoissa ja kaloissa. Tarjolla oli esim. suomalaisia järvikaloja ja hirveä. Paljon käytettiin myös kotimaisia villiyrtejä. Myös perinteeksi on muodostunut se, että Jyrki Sukula toimii pääkokkina. Vuonna 2017 ensimmäisenä seminaaripäivänä oli tarjolla hänen valmistamaansa särki-haukimurekettä, toisen päivän pääraaka-aineena oli nyhtöherne. Kahvitauoilla tarjolla oli myös kotimaisia paahdettuja sirkkoja, jotka VIP-illassa tarjottiin exclusive-tyyliin tummalla suklaalla kuorrutettuina. (Fazer Group, 2017.) Perinteitä on siis monia ja yksi niistä on se, että Nordic Business Forum on perinteisesti loppuunmyyty jo puoli vuotta ennen tapahtumaa. Vuonna 2015 paikalla oli yritysten päättäjiä yli 5500, vuonna 2016 heitä oli yli 5700 ja vuonna 2017 noin 7500. Kasvu on siis ollut tasaista. Lippujen hinnat vaihtelivat 1600–3600 euron välillä. (Nordic Business Forum, Past Events 2015–2017b.)

Seminaareja pystyi seuraamaan myös suorina Live Stream -verkkolähetyksinä ostamalla joko yksityishenkilö- tai ryhmälisenssin. Tällaisia lisenssejä ostivat mm. yritykset henkilökunnalleen, partnereilleen tai asiakkailleen. Näin tehtiin myös Jyväskylässä, Jyväskylän Kongressikeskuksen Paviljongissa, paikassa, josta kaikki sai alkunsa vuonna 2010. Toki muissakin kaupungeissa järjestetään vuosittain satelliittitapahtumia ja yksityishenkilökin voivat ostaa 30 päivän käyttöoikeuden Live Streamiin omakustanteisesti. Messukeskuksessa osallistujien oli mahdollisuus seurata seminaareja Live Stream -teatterissa taukoa pitäessään. (Nordic Business Forum 2016.)

Applikaatiolla pystyi luomaan itselleen profiilin ja katsomaan kuka muu, jolla on samanlaiset mielenkiinnon kohteet, on linjoilla ja järjestää heidän kanssaan yhteisiä Skype kokouksia tai henkilökohtaisia tapaamisia. Tapahtuma toimi siis alustana myös verkostoitumiselle. Jälleen perinteisesti, lavaesiintymisiä on joka vuosi isännöinyt Peter Nyman (<https://www.nbforum.com/>).

4.2.1 Oma kokemukseni Nordic Business Forumista

Tämä oli Kokemus isolla K-kirjaimella. Kaikki alkoi hakuilmoituksesta Haaga-Helian verkkosivuilla. CV:n ja englanninkielisen vapaamuotoisen hakemuksen perusteella kutsuttiin englanninkieliseen ryhmähaastatteluun, jonka jälkeen mukaan pääseville tuli kutsu ensimmäiseen infotilaisuuteen. Saimme myös tietää oman tiimimme, johon kukin oli valittu. Auditoriotilaisuuteen meidät toivotti tervetulleiksi Tina Turnerin kappale. "You're simply the best, better than all the rest, better than anyone, anyone I've ever met!" Tässä olikin oikeastaan monien koulutuskertojen teema kiteytettynä.

Koulutuskertoja oli seitsemän ja osa niistä oli yhteisiä Haaga-Helian auditoriossa, jossa kävimme läpi asiakaspalvelua yleisesti ja asiakaspalvelua Nordic Business Forumissa. Tutustuimme toisiimme yhteisten jumppatuokioiden ja rivihartiahierontojen merkeissä. Tiimejä oli kaikkiaan viitisentoista. Osa koulutuksista tapahtui tiimeissä, jolloin perehdyimme oman tiimimme vastuualueeseen. Pääsin check-in tiimiin. Viimeisinä kertoina kävimme tutustumassa Messukeskukseen, jota parhaillaan koottiin tapahtumakuntoon. Pääsimme autenttiossa ympäristössä tutustumaan laitteisiin ja ohjelmistoon, joilla sisäänkirjautuminen tehtiin ja joilla kulkukortteihin printattiin osallistujan nimi ja edustamansa yritys. Kaiken kaikkiaan ohjelmisto ja laitteet olivat helpot ja nopeat oppia ja käyttää.

Kaiken koulutuksen jälkeen meidät oli innostettu aivan uskomattomaan motivaatio- ja taitotilaan, hyvin amerikkalaistyylisesti olonsa tunsivat todellakin maailman parhaaksi. Meidän ei ollutkaan tarkoitus tarjota erinomaista palvelua. Meidät oli koulutettu antamaan "Maailman Parasta Palvelua"!

Osa kulkukorteista oli tehty jo etukäteen, koska niitä toimitettiin asiakkaille valmiiksi hotelleihin, joissa he majoittuivat. Asiakkailta oli mahdollisuus käydä myös ennakkorekisteröitymässä Stockmannin Nordic Business Forumin rekisteröintipisteessä. Asiakkaan rekisteröinnissä huomiota oli kiinnitettävä kaulanauhan väriin, josta ilmeni, missä katsomossa hänen paikkansa sijaitsi. Tämä helpotti vapaaehtoisten työtä, jotta pystyimme ohjaamaan asiakkaita oikeisiin katsomoihin. VIP katsomo sijaitsi aivan lavan läheisyydessä. Vapaaeh-

toisilla oli tarkka pukukoodi. Miehillä mustat housut, musta pikkutakki, valkoinen kauluspaita ja kravatti, jonka sai lainaksi yritykseltä. Naisilla musta hame tai housut, musta blazer, valkoinen kauluksellinen paita ja huivi, jonka myös saimme lainaksi. Kengät olivat tietysti mustat, mieluiten sellaiset, joilla jaksaa seistä ja kävellä koko päivän. Naisilla hiusten piti olla kiinni.

Viimeistään aamu seitsemältä piti olla asemissa työpisteellään tiimipalaveria varten. Taukotila oli jatkuvassa toiminnassa. Tauolle kukin meni, kun siihen lupa annettiin ja silloin, kun tilanne antoi siihen mahdollisuuden.

Meitä oli rekisteröinnissä nelisenkymmentä vapaaehtoista ja toimimme pareittain. Rekisteröinnin pitikin sujua sujuvasti, koska osallistujat tulivat kaikki yhdellä ryöpyllä. VIP lipun haltijoille oli oma pienempi seminaari puoli tuntia ennen pääseminaarien alkamista, mutta toisin kuin perinteisissä messutyypisissä tapahtumissa, jossa tullaan ja mennään oman aikataulun mukaisesti, täällä kaikki halusivat olla kuulemassa heti ensimmäistä puhujaa klo 9.00.

Ovet avautuivat. Rekisteröinti sujui hyvin 10 minuuttia, kun yhteydet katkesivat klo 8.10. Itse asiassa näin tapahtui ainakin Itä- ja Länsi-Pasilassa, Vallilassa, Toukolassa ja Arabiassa. Katkos johtui teknisestä viasta, joka liittyi sähköverkon korjaustöihin. Pasilan sähköaseman uudistustöissä oli tehty virhekytkentä. Keskeytyksen piirissä oli noin 8 300 tauloutta, myös raideliikenne pysähtyi (Pajunen, 2015.) Ei paniikkia, ei hermostumista. Tyyneen rauhallisesti tiiminvetäjä sanoi, "Avatkaa Excel-taulukot". Excelissä oli varasuunnitelma, eli asiakastiedot olivat olemassa, mutta kukin osallistuja piti tietenkin löytää taulukosta, jotta pystyimme kirjaamaan hänet saapuneeksi ja printtaamaan hänelle kulkukortti. Siihenkin oli siis helpohko ratkaisu. Catanin (2017, 116) mukaan varasuunnitelman laatiminen ei aina ole välttämätöntä, koska silloin ei varsinaiseen pääsuunnitelmaan panosteta tarpeeksi. Hänen mukaansa tämä ei kuitenkaan päde tapahtumiin, koska ennalta-arvaamattomiin tilanteisiin on aina hyvä varautua etukäteen, miettiä miten toimitaan ja laatia ennalta varasuunnitelma.

Me emme olleet tähän koulutuksellisesti valmistautuneet lainkaan ja kieltämättä se hidasti hetkellisesti rekisteröitymistä ja aiheutti ihmetystä myös asiakkaiden keskuudessa. Valitettavasti koko suuri rekisteröitymissuma oli vasta alkamassa. Emme edes yrittäneet enää vaihtaa varsinaiseen rekisteröitymisohjelmistoon, koska kukaan ei silloin tiennyt mistä katkos johtui ja kauanko se kestäisi. Kaikki jonossa olijat ehdivät kuitenkin ajoissa sisälle.

Kun rekisteröinti pääosin oli ohitse, vain osa jäi varmuuden vuoksi tiskeille odottamaan myöhemmin saapuvia, me muut jakauduimme muihin tehtäviin. Osa meni info-pisteelle, osa katsomoihin opastamaan sisääntulijoita vapaille paikoille, jne. Minä siirryin naulakko-palveluihin. Myös siellä suurin rysäys oli myös tietenkin silloin, kun tuhannet asiakkaat saapuivat samanaikaisesti, mutta pientä edestakaista liikehdintää oli jatkuvasti, kun asiakas tarvitsi läppärin tai toi sen takaisin. Erityisesti lounas- ja kahvitauoilla alkoivat naulakko-palvelussa myös uudet kiireet takkien ja muiden tuomisten ja viemisten suhteen.

Palvelun taso oli koko ajan huippuluokkaa. Ompelutaitoiset ompelivat irtoavia nappeja takkeihin tai korjasivat rikkimenneitä ripustuslenkkejä. Näistä pienistä teoista ei tietenkään mainittu asiakkaille. Joku saattoi myöhemmin huomata mukavana yllätyksenä asiakaspalvelun tason.

Legendaariselle tasolle nousseita palveluesimerkkejä on jopa nettisivuilla. Esim. Mikko Latva-Koivisto kirjoitti blogissaan asiakkaasta, jonka kenkä oli hajonnut kesken seminaari-päivän. Asiakaspalvelija toimitti kengät pikaisesti Pasilaan suutariin. Asiakas sai siksi aikaa lainakengät käyttöönsä ja jo samana päivänä korjatun kengän veloitusetta takaisin. Netissä kirjoitettiin myös viluisesta asiakkaasta, jolle asiakaspalvelija oli tuonut viltin auditorioon lämmikkeeksi (Latva-Koivisto 2016.)

Hiljaisina hetkinä ja omien taukojen aikana oli vapaaehtoisillakin mahdollisuus mennä Live Stream -teatteriin seuraamaan lavalla olevaa puhujaa. Päivän viimeinen suuri kiireinen aika oli tapahtuman päätyminen. Silloin paitsi luovutettiin takkeja, selviteltiin myös kadonneita naulakkolappuja. Seuraavan päivän haasteet olivat vielä kovemmat, koska useimmat lähtivät suoraan Messukeskuksesta lentokentälle. Minne siis laittaa kaikkien matkatavarat naulakkotiloissa?

Paikan päällä olleena ymmärrän hyvin alussa mainitsemani Helsingin Sanomien otsikkoa yhdestä maailman suurimmista bisnesmaailman herätyskokouksista. Yleinen tunnelma oli hyvin ”amerikkalaishenkinen”, puhujat nostattivat tunnelman kattoon, olivat kaikessa tuntevuudessaan hyvin karismaattisia ja motivoivia, vaikka ehkä tietopuolisesti monikaan tuskin kertoi mitään mullistavaa. Viime vuonna George Clooney peruutti tulonsa kaksosten syntymän vuoksi ja hänen tilalleen saatiin puhujaksi Will Smith. Aikaisempina vuosina lavalla on nähty myös Al Gore ja Arnold Schwarzenegger. Petri Hollmén kirjoitti blogissaan: ” Will opetti, että rakastakaa sitä mitä teette ja pitäkää hauskaa. Aika köykäiseksi jäi sisältö.” (Hollmén 2017.)

4.3 Arctic15, Helsinki 2016

Arctic15 -tapahtuman perustaja on venäläissyntyinen Dimitri Sarle, joka siirtyi tehtävään alkuperäisen perustajan lopetettua toiminnan (Lehto 2016a).

Tapahtuman vetonaula, pitching -kilpailu, alkaa jo ennen tapahtumaa, jolloin yritykset haakevat mukaan kilpailuun. Kilpailu on kolmivaiheinen. Ensimmäisessä vaiheessa kaikki hakijayritykset esitellään, joista nelihenkinen tuomaristo valitsee 30 mielenkiintoisinta yritystä. Päätökseen vaikuttaa yritystiimin vahvuus, innovatiivisuus, tulostavoitteet ja luovuus. Tuomaristo koostuu merkittävistä sijoittajista ja yrittäjistä, jotka itse ovat joskus osallistuneet kilpailuun ja menestyneet siinä (Arctic15, pitching -competition 2016a.)

Toisessa vaiheessa 30 finalistia julkistetaan ja alkaa julkinen äänestys. Se on aikajakso, jolloin kaikki voivat äänestää suosikkiyritystään. Yritykset ovat sekä Pohjoismaista että Baltian maista, mukaan lukien myös yritykset, jotka on perustettu ulkomaille tältä alueelta. Tämä vaihe on erityisen tärkeä yrityksille. Mitä enemmän he pystyvät aikaansaamaan häilyä ympärilleen, sitä vahvempi osoitus se on kyvystä menestyä ja saada kannattajia taakseen. Yleisen äänestyksen tulokset otetaan huomioon yhtenä äänenä neljän päätuomarin äänten lisäksi. Näin varmistuu pääsy viidentoista yrityksen ryhmään. Tästä juontaa juurensa myös koko tapahtuman nimi, Arctic15 (Arctic15, pitching -competition 2016b.)

Kolmas vaihe on kaksiosainen. 15 finalistia saa ilmaisliput tapahtumaan ja pääsee esittelemään yleisölle innovaationsa tapahtuman päälavalle. Näistä valikoituu kolme finalistia tuomariston finaaliin. Palkinnoksi yritys voittaa paitsi paljon näkyvyyttä ja tunnettavuutta, myös 50 000 euron palkinnon, josta kiitos kuuluu FIBAN:lle (Arctic15, pitching -competition 2016c.)

FIBAN tulee sanoista *Finnish Business Angels Network*. Se on perustettu vuonna 2010 noin 20 yksityishenkilön voimin. Yhdessä Suomen pääomasijoittayhdistyksen (FVCA) kanssa he keräävät tilastotietoja Suomen bisnesenkelitoiminnasta ja tulokset julkistetaan vuosittain. Vuonna 2016 bisnesenkelit sijoittivat 53 miljoonaa euroa 324 start up-yritykseen. Kasvua edellisvuoteen verrattuna oli 43 %. Vuonna 2016 Suomessa sijoitettiin startup -yrityksiin 383 miljoonaa euroa. Keskimääräinen sijoitus oli 20 000 euroa kahden prosentin omistusosuudesta yrityksestä (FIBAN 2016a.)

Vuosina 2012 ja 2014 EBAN (*European Business Angels Network*) valitsi FIBAN parhaaksi bisnesenkeliverkostoksi Euroopassa. Tasavallan presidentti Sauli Niinistö puoles-

taan palkitsi FIBAN vuonna 2017 kansainvälistymispalkinnolla suomalaisten yritysten tukemisesta kansainvälisillä markkinoilla. Enkelisijoittajat ovat yksityisiä sijoittajia, joilla on osaamista, tietyn toimialan tuntemusta ja omat henkilökohtaiset verkostonsa. Tutkimusten mukaan enkelisijoittajat ovat merkittävässä roolissa yritysten kasvunedellytysten kannalta (FIBAN 2016b.)

Vuonna 2016 piching -kilpailun voitti suomalainen EntoCube yritys Espoosta. He ovat kehittäneet teknologian, joka mahdollistaa syötäväksi tarkoitettujen hyönteisten viljelyn konttikasvatuksessa. Hyönteiset ovat tulevaisuuden vaihtoehto siitäkin syystä, että hyönteisten viljely kuluttaa vain pienen osan niistä luonnonvaroista, jotka kuluvat nauta- ja siipikarjan kasvatukseen. Yritys tekee yhteistyötä myös NASA:n kanssa. Tulevaisuuden astronauttien olisi helppo kasvattaa hyönteisiä pienissä tiloissa (Entocube 2016.)

Arctic15 -tapahtumassa on selkeitä osa-alueita piching -kilpailun ohella. Deal Room -tilassa tapahtui koko päivän taukoamatta. Se oli aito kohtaamispaikka sijoittajille ja startup -yrityksille, jotka etsivät uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Parhaimmillaan joillakin sijoittajilla oli jopa 23 tapaamista päivässä. Yhteen tapaamiseen aikaa oli vain 20 minuuttia, joten niihin tultiin hyvin valmistautuneina. Jo ennen tapahtumaa pystyi matchmaking -työkälyn avulla verkostoitumaan, luomaan oman profiilin ja tutustumaan muiden profiileihin (Arctic15, Deal Room 2016.)

Speed Dating -tilassa tapaamiset olivat nopeita, pikaisella aikataululla sovittuja eivätkä niin tehokkaasti suunniteltuja. Ne toimivat enemmänkin pään avauksena mahdollisesti tuleville tapaamisille. Tarjolla oli myös work Sshoppeja ja tietenkin näytteilleasettelijoita esittelemässä ja demoamassa omia innovaatioitaan. Pienemmillä lavoilla tapahtui samanaikaisesti. Bisnesenkeleitä haastateltiin, ja he kertoivat omista menestystarinoistaan. Lippujen hinnat riippuivat siitä, mihin osioihin oli kiinnostunut osallistumaan. Vuonna 2018 lippujen hinnat vaihtelevat 350–1200 euron välillä, joilla pääsee kahden päivän tapahtumaan. Kuten muissakin alan tapahtumissa, liput oli hankittava etukäteen. Ainoastaan rekisteröitymisen pystyi tekemään paikan päällä henkilökorttia ja maksutositetta vastaan.

Jos Nordic Business Forumia siteerattiin bisnesmaailman herätyskokoukseksi, sen sijaan Arctic15 -tapahtumaa voitaisiin kutsua Euroopan suurimman kasvuyritystapahtuma Slushin pikkuveljeksi. Arctic15 -tapahtuma on profiloitunut erityisesti pohjoismaisiin ja baltialaisiin kasvuyrityksiin ja kokonsa puolesta tapahtumalle sopivin paikka on Helsingin Kaapelitehdas.

Vuonna 2015 tapahtuma veti puoleensa 150 sijoittajaa, vuonna 2016, sijoittajia oli jo 220. ”Käytännössä olemme saaneet kaikki suurimmat eurooppalaiset sijoittajat houkutelua

Suomeen”, Arctic15:n tapahtumajohtaja Jan Ameri sanoi. Tapahtuma ei haluakaan nousta Slushin kaltaiseksi suur tapahtumaksi, mutta on huomattu, että Suomenkin kokoiseen maahan mahtuu Slushin lisäksi toinenkin kasvuyritystapahtuma. Kaapelitehtaan kaksipäiväisessä tapahtumassa kävijöitä vuonna 2017 oli 1500 ja startup -yrityksiä hieman alle 400. Tätä määrää pidetään lähestulkoon ideaalina. Arctic15:ttä edelsi Nordic Health Investment Day, jossa ulkomaalaisille sijoittajille esiteltiin mm. suomalaisia terveysalan yrityksiä, pidettiin puheita ja opittiin uutta työryhmissä (Tikkala 2016a.)

Arctic15 -tapahtumaan osallistuu lähestulkoon vain kasvuyrityksiä. Monella yrityksellä on useimmat tapaamiset sovittu jo etukäteen, ja niitä pidettiin kiivaassa tahdissa (20 minuuttia kestäviä tapaamisia tarkasti aikataulutettuina ja kellotettuina), joten jo valmiiksi sovitut tapaamisia on n. 2000. Vapaaehtoisista oli oma tiimi paikalla tässä Deal Roomissa organisoimassa kellottamista ja pöytiin ohjaamista. Sijoittajia vetää puoleensa jo pelkästään Pohjoismaiset menestystarinat. Tällaisia ovat esim. suomalainen peliyhtiö Supercell ja ruotsalainen nettipuhelinyhtiö Skype. Pohjoismaista osaamista arvostetaan ja koodaajia pidetään parempina kuin Yhdysvalloissa. Pohjoismaisten kasvuyritysten arvonmääritykset ovat myös kohdallaan. Kyseessä on siis sijoittajan markkinat. Kasvuyrityksiin pääsee kiinni edullisemmin Pohjoismaissa kuin Yhdysvalloissa (Tikkala 2016b.)

Lounas oli itsessään elämysmatka ja samalla verkostoitumistapahtuma sekin. Siinä kun Nordic Business Forum panosti suomalaisuuteen ja keittiömestari Jyrki Sukulan luomiin ruokaelämyksiin, Arctic15 panosti rehtiin ja nopeaan Arctic Food Street -katuun. Tarjolla vastasi kolme paikallista startup yritystä, Gold&Green, Epic Foods ja Foodiac. Tarjolla oli myös Ruotsista kotoisin olevia Vitamin Well vitamiini -kivennäisainevesiä tavallisen pullotetun lähdeveden lisäksi. Aamulla oli tarjolla sämpylöitä ja hedelmäsmoothieita, lounas koostui itse noudettavista pienistä annoksista, joissa oli paitsi suomalaisia makuja, myös tuulahduksia etnisten ruokien maailmasta (Ameri 2016.)

Lounastamisessa mielenkiintoista oli se, että istumapaikkoja ei ollut, ainoastaan pystypöytiä, joten myös lounastilassa oli mahdollisuus verkostoitua. Täysin toisilleen tuntemattomat ihmiset söivät samojen pöytien ääressä ja tutustuivat samalla toisiinsa ja muihin yrityksiin. Arctic15 on ArcticStartup -yrityksen omistama. Se on kaupallinen yritys. Sen liikevaihto vuonna 2016 oli noin 700 000 euroa vuodelle 2018 on kaavailtu 1,5 miljoonaa euroa. Yritys on voitollinen. Työntekijöitä yrityksessä on 11. Kasvu on tähän asti onnistunut tulorahoituksella, mutta kasvuun pyritään n. puolen miljoonan euron rahoitukseen sijoittajilta. Yritys tarjoaa myös konsultointipalveluita, ja liiketoimintaan kuuluvat myös Co-Founder lehti sekä ArcticStartup verkkojulkaisu (Lehto 2017b.)

4.3.1 Oma kokemukseni Arctic15, Helsinki 2016

Minä pidin tapahtumasta! Se oli niin täynnä hyvää energiaa ja innokkuutta! Työskentelin ensin sisäänkirjautumispisteellä vastaanottamassa saapuvia kävijöitä, mutta varsinainen tehtäväni oli toimia henkilökohtaisena assistenttina 17 sijoittajalle. Heitä saapui paikalle ympäri maailmaa. Olin tutustunut heihin ja heidän yrityksiinsä verkon kautta ja tehnyt itseleni kansion tärkeimmistä tiedoista kuvan kera, jotta tunnistaisin heidät, kun he saapuvat. Se ei ollut helppoa. Väkeä oli todella paljon, ja koska monet olivat jo ennakkoon kirjautuneita, he kävelivät suoraan sisään messualueelle kyselemättä neuvoja sen enempää. Kun sisäänkirjautumisen suurin ruuhka oli ohi, lähdin kuljeskelemaan alueella, neuvoin ihmisiä ja katsoin, josko sattumalta näkisin minulle delegoidut sijoittajat. Heille oli annettu etukäteen puhelinnumeroni, eli he olisivat myös voineet soittaa, mikäli tarvitsivat apua. Mitään ei kuulunut. Ymmärsin kyllä aika pian miksi. Tapahtuma oli monille jo entuudestaan tuttu.

Kuten aikaisemmin jo mainitsin, hyvin monella sijoittajalla ja startup -yrittäjällä oli jo useita kymmeniä tapaamisia sovittuna etukäteen. Monilla oli tullessaan suorastaan aikataululista kädessään. He tiesivät missä Deal Room sijaitti, ja siellä oli myös oma joukko vapaaehtoisia, opastamassa heitä oikeisiin pöytiin. Asiakkaiden saapuessa Kaapelitehtaalle huomasin jo, että valtaosa näistä asiakkaista olivat jo kokeneita tässä tapahtumassa. Muuttamaan sijoittajaani törmäsin ihan sattumalta, esittelin itseni, annoin puhelinnumerokortin, toivotin antoisaa tapahtumaa ja kehotin soittamaan, mikäli olisin voinut olla avuksi. Palvelua ei ilmeisesti erityisesti oltu mainostettu, koska he vaikuttivat iloisesti yllättyneiltä, vaikkei apua välttämättä tai oikeastaan tarvinnutkaan.

Oli mukavaa, että tiiminvetäjät rohkaisivat meitä kiertämään eri startup -yritysten pisteitä, kunhan aina asiakkaita vastaanottamassa oli riittävä määrä vapaaehtoisia paikalla. Usein he olivat niin innostuneita yrittäjiä, että mielellään kertoivat yrityksensä vaiheista ja liikeideoiden synnyistä. Pääsi myös kokeilemaan esim. virtuaalista varjoliittoa ja kuntokeskuksiin sijoitettavaa kiipeilyseinää. Useimmilla ständeillä meihin opiskelijoihin ei suhtauduttu mitenkään "turhanpäiväisinä ajanhaaskaajina" vaan ilolla esiteltiin ja kerrottiin innovaatioista.

Odottamatonta oli, että tapahtumapäivän jälkeen tai oikeastaan se alkoi jo viimeisen tunnin aikana, vapaaehtoiset, me kaikki jäimme siivoamaan Kaapelitehdasta. Jättesäkkejä raahattiin roskiin, vesipulloja kerättiin, roskia siivottiin lattioilta, eli valmistelimme tilat tapahtuman toista päivää varten. Varsinainen superyllätys olikin sitten tapahtuman toisen päivän jälkeen. Jokaisen tiimin piti siivota oma alueensa, ja monet lähtivätkin sen jälkeen pois omiin viikonloppumenoihinsa. Meistä vapaaehtoisista jäi paikalle noin parikymmentä

tekemään suunnatonta urakkaa. Koko kaapelitehdas piti purkaa ja siivota. Toki sähkömiehet ja muuta asiantuntijat tulivat paikalle, mutta katsomot piti purkaa, tuolit pinota ja kuljettaa varastoon. Tyhjensimme satoja vajaita vesipulloja, jotta pullot saatiin vietyä isolle lavalle kierrätykseen vietäviksi, kokolattiamatot piti poistaa ja kuljettaa jätelavalle, lattialta piti lakaista roskat pois, pöytiä siirrettiin varastoon, vessat piti pestä... se oli aivan valtava työ! Olin yli 13 tuntia töissä.

Tästä osuudesta olisi mielestäni pitänyt kertoa etukäteen, koska monilla oli todellakin muita menoja suunniteltu illaksi. En osannut kuvitellakaan, ettei näin isossa tapahtumassa ollut siivousfirmaa ja roudareita käytettävissä. Siinä kohtaa on vaikea enää motivoida ihmisiä tehtävään, jos asenne on jo "ei kuulu mulle", "mulla on muuta menoa". Työmäärät olivat myös hyvin epätasapainossa eri tiimien välillä. Osa vapaaehtoisista oli esim. siivoustiimissä ja sitähän työtähän riitti taukoamatta. Heillä ei todellakaan ollut aikaa kiertää yhtään missään, koska se tiimi vastasi siisteydestä. Mitään ammattiyritystä ei ollut paikalla. Jokeritiimiläiset taas hälytettiin milloin minnekin tarpeen mukaan. Aika usein siivoamaan. Sellainen kokonaisvaltainen "kaikki yhdessä" henki jotenkin uupui. Vapaaehtoisia olisi hyvin voinut kierrättää eri tehtäviin, jolloin kaikilla olisi ollut se aika tutustua tapahtumaan, kuunnella bisnesenkelin haastattelua tai hetkeksi rentoutua.

Puolityhjien vesipullojen tyhjentely oli täysin naurettavaa ja aikaavievää, mutta pitäähän ne tyhjentää, jotta ne voi laittaa kierrätykseen. Meitä oli sitä tekemässä 3 vapaaehtoista. Pullot kerättiin koko Kaapelitehtaalta ja keittiössä tyhjensimme ne, pakkasimme jätesäkkeihin ja veimme lavalle. Olisiko kannattavampaa jakaa osallistujille täytettävä vesipullo ja laittaa vesipisteitä, joissa pulloa voi täyttää? Messukeskuksessa on suorastaan hanapisteitä, joissa vesipullon voi täyttää ja jopa saniteettitiloissa mainitaan, että hanavesi Suomessa on täysin puhdasta, juomakelpoista vettä.

Mielestäni "personal assistant" -teamilla ei juurikaan ollut mitään arvoa. Jokaiselle tiimiläiselle oli jaettu 17 sijoittajaa, joita voisimme avustaa. Henkilökohtaisesti tein ison työn ottamalla selvää heidän yrityksistään, etsin verkosta heidän valokuvansa, tein itselleni kansion, jotta tunnistaisin heidät, kun he saapuvat. Saapuminen oli massa väenpaljoutta! Arviolta 90%:lla tulijoista oli selkeä kuva, minne he ovat tulleet, mitä tapahtuu ja minne he ovat menossa. Sijoittajat eivät olleet tietoisia personal assistant -palvelusta, tai sitten he eivät kertakaikkiaan tarvinneet palvelua. Yhdellä ständillä törmäsin minulle nimettyyn sijoittajaan. Esittelin itseni ja kerroin työnkuvani. Hän hämmästeli ja sanoi, ettei kiitos tarvinnut assistenttia. Kaikki hänen tapaamisensa oli sovittu jo etukäteen. Osa vapaaehtoisista toimi myös "matchmaking" tiimissä. Heidän tehtävänään oli kierrellä ja kysellä minkälaista

sijoittajaa asiakas oli mahdollisesti etsimässä. Jotta asiakkaan olisi voinut oikeasti yhdistää tietyn sijoittajan juttusille, olisi siinä tiimissä pitänyt itsekin tuntea hyvin paikalla olevat sijoittajat.

Koko Kaapelitehtaan kuumuus, ilmastonin vajaavaisuus tai sen puuttuminen, teki tilaisuudesta vieläkin rankempaa työtä. Deal Room, kuten myös Speed Dating tapahtuivat yläkerran tiloissa. Siellä oli suorastaan trooppiset oltavat. Työasuinaamme oli omat mustat housut, mustat kengät, musta pikkutakki ja Arctic15 t-paita. Pikkutakin pitäminen oli täysi mahdollisuus siinä kuumuudessa. Perinteinen suomalainen kesäsade virkisti kaikkia. Vapaaehtoisilla oli oma taukotila, jossa monet kävivät välillä nostamassa jalat sohvalle ja rentoutumassa.

Kaikesta kritiikistä huolimatta, kuten mainitsin, pidin tapahtumasta tunnelmaltaan. Sinne ei tultu turhantärkeinä. Siellä oli aidosti innostuneita start up yrittäjiä, jotka olivat pukeutuneet rennosti farkkuihin ja olivat täynnä uskoa omaan bisnekseensä.

4.4 Slush, Helsinki 2016

Slushin tarina alkoi vuonna 2007, jolloin Suomessa oli jo menestyviä teknologiayrityksiä, jotka tienasivat tulonsa internetistä, mutta pienemmät, kasvua tavoittelevat startup -yritykset odottivat vielä kasvun alkamista. Pienempiä teknologiasuuntautuneita startup -yrityksiäkin oli, kuten Rovio Mobile ja Sumea. Myöhemmin Roviosta tuli Rovio Entertainment. Rovion startup -yritys aloitti kehittämällä mobiilisovellusta lasten vanhemmille, jonka avulla vanhemmat pystyivät seuraamaan lastensa touhuja päiväkodissa. Yrityksen perustajilta, Peter Vesterbackalta ja Timo Airistolta, muut kasvuyritykset kyselivät neuvoja ja asiaa pohdittuaan he ajattelivat voivansa tuoda yhteen uusia tekijöitä (Kaartamo 2017a.)

Näin oli syntynyt tapahtuma, joka järjestettiin ensimmäistä kertaa vuonna 2008 Helsingin Kulttuuritehdas Korjaamolla, vuoden synkimpään ja ankeimpaan vuodenaikaan. Siitä juontaa juurensa myös tapahtuman nimi ”Slush”, joka tarkoittaa loskaa. Ensimmäisessä tapahtumassa paikalle saatiin 15 näytteilleasettajaa ja alle 200 maksanutta osallistujaa. Siihen aikaan panelisteille kelpasi palkkioksi olut. Tapahtuma on kasvanut vuosi vuodelta, vaikka ensimmäiset vuodet olivatkin pieniä tapahtumia. Vuodesta 2010 sijoittaja kiinnostuivat ja monista kehitysyrityksistä nousikin esiin menestyviä teknologiayrityksiä (Kaartamo 2017b.)

Vuodesta 2011 Peter Verbackan työt Rovion liiketoiminnan kehittäjänä asettivat omat haasteensa ja varsinkin Angry Birds -pelin myötä myös kaiken hänen aikansa, joten hän

etsi Slushin vetämiseen seuraajaa. Siihen löytyi apua Aalto yliopistosta, jossa Miki Kuusi toimi opiskelijoiden yrittäjyysyhteisön puheenjohtajana. Joidenkin mielestä koko Slush ja koko Suomen kehitysyrittäjäbuumi lähti nousuun nimenomaan opiskelijoiden ansiosta. Slushissa toimi yhden naisen, Marianne Vilkkulan, Event Help, jonka tehtävänä oli selvittää tilanteita, joihin ei Slushissa oltu varauduttu. Opiskelijoita tuli vuosi vuodelta lisää mukaan ja vuosi vuodelta tapahtuma kasvoi. Kävijämäärät kaksinkertaistuivat joka vuosi. Ensimmäisenä vuonna Slushin budjetti oli n. 45 000 euroa, vuonna 2017 se oli yli yhdeksän miljoonaa. Marianne Vilkkula, on nykyään 25-vuotias tuotantotalouden kandidaatti ja Slushin toimitusjohtaja toimittuaan ensin Slushin varatoimitusjohtajana vuonna 2015. Nousu toimitusjohtajaksi noteerattiin myös kansainvälisessä lehdistössä, kuten New York Timesissa ja Wall Street Journalissa (Kaartamo 2017c.)

Slush on Startup -säätiön omistama tapahtuma. Säätiöllä on 57 perustajajäsentä, jotka kaikki ovat tunnettuja liike-elämän vaikuttajia. Perustajäsenten vastuulla on ollut perustamispääoman maksaminen, mutta varsinainen rahoitus on valtaosin peräisin Teknologiateollisuudelta ja Sitralta. Säätiö kantaa huolta uusien työpaikkojen syntymisestä Suomeen ja se kaipaakin lisää työpaikkoja yksityiselle sektorille. Säätiöllä on vahva usko, että uudet ja kasvavat yritykset ovat tulevaisuuden työllistäjiä. Työ- ja elinkeinoministeriön Kasvuyrityskatsauksen mukaan, joka tehtiin vuonna 2012, nuoret ja kasvavat yritykset loivat kaikista uusista työpaikoista yli puolet vuosina 2005–2010. Tavoitteena on luoda koko Pohjois-Euroopan kattava kasvuyritysten ekosysteemi, jonka piirissä toimisi niin opiskelijoita, sijoittajia kuin yrityksiäkin. Tavoitteena on myös kehittää suomalaista osaamista kansainvälisesti kilpailukykyiseksi. (Tikkanen 2012a.)

Startup -säätiön taustalla on alun alkaen Aalto-yliopistosta alkanut opiskelijaliike, Aalto Entrepreneurship Society. Tämän liikkeen aloitteesta on alkanut kaksi hanketta, Startup Sauna ja Startup Life. Lisäksi liike on järjestänyt Slush tapahtumaa. Säätiöllä on tarkoitus varmistaa hankkeiden jatkuvuus. Koska taustalla on opiskelijaliike, on ymmärrettävää, että Aalto Entrepreneurship Society startup -liikkeen väki vaihtuu vuosittain. Hanketta yli vuoden Ilkka Kivimäen ja Antti Ylimutkan kanssa ajanut Miki Kuusi sanoi, että säätiön ei ole tarkoitus jatkaa ikuisesti vaan pyrkiä viidentoista vuoden tähtäimellä toteamaan, että kasvuyritysekosysteemi on syntynyt, jolloin säätiö voidaan purkaa (Tikkanen 2012b.)

Startup Sauna on pyörittänyt Slushia. Startup Saunan liikevaihto vuonna 2016 oli 7,4 miljoonaa euroa. Tilikauden tulos oli 883 000 euroa. Erinomaisen tuloksen ansiosta Slush aloittaa seuraavan vuoden valmistelut heti kun edellinen tapahtuma on ohi. Slushilaiset tapaavat asiantuntijoita, sijoittajia ja yrittäjiä ja selvittävät tulevaisuuden puheenaiheita. toistuvasti aiheena on kuitenkin aina kasvun rakentaminen ja rekrytointi. Olipa tuote

mikä tahansa. Takana on kuitenkin voittoa tavoittelematon, idealistinen säätiö, jonka tavoitteena on tukea hankkeita ja edistää yrittäjyyttä (Kaartamo 2017d.)

Toistuvana puheenaiheena on myös se, että teknologiateollisuus on edelleen pitkälti miesten maailma. Viime vuosina on tälläkin alalla puhuttu naisten kokemasta seksuaalisesta häirinnästä ja syrjinnästä. Ala on edelleen miehinen ja valkoinen eikä teknologiayritysten johtopaikoille naisilla ole juuri asiaa. Myös startup -yritysten perustajista Euroopassa arvioidaan yli 85 % olevan miehiä, sama koskee sijoittajia. Slushissa tasa-arvoasiat nousivat pintaan vuonna 2016 iltajuhlissa tapahtuneiden seksuaalisten häirintätapausten johdosta. Nyt tapahtumaan onkin laadittu ohjeet, joita jokainen lipun omaava sitoutuu noudattamaan tai hänet poistetaan tapahtumasta. Tulevaisuudessa, vuoteen 2020 mennessä pyrkimyksenä on, että tapahtumassa naisia ja miehiä olisi suurin piirtein tasamäärä (Kaartamo 2017e.)

Nykyään Helsingin Messukeskuksessa järjestettävä Slush on vuosittain loppunumyyty ja se on yrityksenä myös merkittävä tapahtumanviejä yritys. Tubettajien TubeConin ohella Singaporessa, Sanghaissa ja Tokiossa järjestetään vuosittain omat Slush -tapahtumat ja vuonna 2017 pienempiä Slush kokoontumisia on järjestetty n. 70 ympäri maailmaa. Helsingin Messukeskuksessa startup -yrityksiä vuonna 2017 oli yli 2600, sijoittajia 1500 ja 600 journalistia yli 130 maasta (Data Natives 2018.) Pelkästään Helsingissä järjestettävää tapahtumaa varten mukana oli vapaaehtoisia yli 2300. Tällaisessa määrässä vapaaehtoisia oli yli 50 kansallisuutta edustettuina opiskelijoista eläkeläisiin. Monille vapaaehtoiselle tapahtumasta on kehittynyt jo jokavuotinen perinne (Hämäläinen 2017.)

4.4.1 Oma kokemukseni Slushista

Odotukseni olivat aivan huipussaan tapahtuman suhteen. Kaikki puhuvat aina Slushista. Nekin, jotka eivät ole siellä koskaan olleet. Tapahtuma on maailmalla hyvin tunnettu ja suosittu. Senpä takia olen iloinen, että pääsin kokemaan tapahtuman omin silmin. Se oli minulle suuri pettymys odotuksiini nähden. Kuten Group Leaderini jälkeenpäin sanoi: ”Slush on suuri karnevaali.” Minua häiritsi ennen kaikkea pimeys. Ihmispaljoudessa kulkeminen ei ollut helppoa eikä sijoittajat olleet niin helposti lähestyttäviä kuin Arctic15 tapahtumassa.

Olin edellisenä iltana ollut auttamassa kulkukorttien tekemisessä entisessä Marian sairaalassa, joka nykyään toimii Pohjoismaiden suurimpana startup -keskittymänä (Suikki, 2016). Aivan kuten Nordic Business Forumissa ja Arctic15 -tapahtumassa, tätäkin tapah-

tumaa varten kulkukortteja tehtiin ennakkoon ja niitä toimitettiin hotelleihin, joissa tapahtumaan tulijat majoittuivat tai yrityksiin, joista työntekijöitä oli tulossa tapahtumaan seuraavana päivänä. Eli toisin sanoen ennakorekisteröimme heidät, mikä nopeutti heidän pääsyään sisälle Messukeskukseen. En myöskään osallistunut iltatapahtumiin, jotka olivat olleet yhtä salamyhkäisen pimeitä samoin kuin ennakorekisteröityminen, joka tapahtui Helsingin keskustassa.

Iltatapahtumista lehtikirjoitukset ovatkin varmasti peräisin. Näin kommentoi ystäväni ja työkaverini edellisessä toimessani. Koska itse olin työtehtävissä tai jo palannut kotiin, kysyin entisen työkaverini tunnelmia tapahtumasta.

”The entrepreneurs and investors who attended the latest instalment of SLUSH were treated to what can only be described as a huge affair.

roughly 20,000 human gathered under the roof of Helsinki’s Messukeskus this past December to celebrate start up culture and try to find the pot of gold at the end of the rainbow.

This year’s conference was a crowded and decidedly un-intimate event, bathed in dark lights and lots of neon. Over two days, attendees had the opportunity to discuss the latest technological innovations with inventors and their ambitious business counterparts on the conference floor. Those who paid extra could get one-on-one sessions with their chosen quarry.

The conference was punctuated by a blow-out closing party on Friday where serious daytime people transformed into late-night dancing machines. “

Jeremy Otis, Senior Counsel, Group Legal, Wärtsilä Corporation

5 Pohdinta

Läpikäymällä tapahtumat ja omatkin muistot tapahtumista, joihin osallistuin ja varsinkin tutustumalla teorioihin, johtopäätökseni on se, että mikään ei ole sattumanvaraista. Tietyn tyyppisiin tapahtumiin hakeutuvat tietyn tyyppiset ihmiset ja odotukset tapahtuman sujuvuudelle, sen elementteihin ja muihin tapahtumaan osallistuviin ovat sen mukaiset ja lopu-peleissä kaikki osapuolet ovat vastuussa tapahtuman onnistumisesta.

Jokainen tapahtuma oli matka tuntemattomaan. Laadukkaasti järjestetyssä tapahtumassa on varauduttu lähestulkoon kaikkeen. Force majeure -tilanteille ei järjestäjäkään mahda mitään. Myrsky, rankkasade tai koko Pasilan kattavalle sähkökatkokselle ei kukaan mahda mitään. Jokaisessa tapahtumassa on oltava se ratkaisu: ”Mitä sitten tehdään, jos jotain ennakoimatonta tapahtuu?” Monissa tapahtumissa on suuri määrä sähkölaitteita, elektroniikkaa, liikuntarajoitteisia ihmisiä. Vapaaehtoistyöntekijänkin ammattitaitoa on hallita tilanne, pitää yllä positiivista mieltä ja yleisesti hyvää ja rauhallista tunnelmaa. Tapahtumakeskeisessäkin vapaaehtoistyössä on äärimmäisen tärkeää motivoida vapaaehtoiset sellaiseen tunnetilaan, jossa he myös kokevat itsensä tärkeäksi osaksi tapahtumaa tapahtuman onnistumisen kannalta.

On käsittämätöntä, ettei uuteen aktiivimalliin ole toistaiseksi sisällytetty vapaaehtoistyötä. Sehän varsinaista aktiivisuutta osoittaa, että on valmis tekemään työtä, vaikka palkatta. Tärkeintä psyykkisellekin hyvinvoinnille on tunkea itsensä tarpeelliseksi, tunkea kuuluvansa yhteiskuntaan ja saada kontakteja muihin ihmisiin työttömänäkin.

Varsinkin tämän opinnäytetyön puitteissa olen myös oppinut paljon. Ennen tämän tekemistä en tiennyt miksi Arctic15 on Arctic15, miksi vuonna 2016 se ei ole Arctic16? En myöskään tiennyt miksi Slush on Slush. Virallinen versio on se vuodenaika, jolloin Suomessa on pimeää ja loskaa, slush. Toiset lähteet väittivät, että ilmaista viinaa tallottiin lattialle niin paljon, että lopputuloksena on slush. Mikä on bisnesenkeli? Mikä on Pitchig kilpailu, mikä on Deal Room, mikä on Speed Dating Room, mikä on startup? Joku tietää, kaikki eivät ehkä tiedä? Eikä kukaan ainakaan voi tietää liikaa. Tällaiset taustatiedot ovat myös motivoivia. Ne saavat vapaaehtoisinkin tuntemaan itsensä osaksi suurempaa kokonaisuutta.

Opinnäytetyöni teoriaosassa hain vastausta kysymykseen miksi vapaaehtoisuus kiinnostaa ja Anne Birgitta Yeungin kahdeksankulmio malli luvussa 3.1 avasikin hyvin sitä, että vapaaehtoisuuden motiiveja on lukuisia. Malli osoittaa, että varsinkin tapahtumavapaaehtoistyössä kyseessä on kuitenkin yhdessä tekeminen ja kokeminen. Saman huomion tein

utkiessani millaisiin tapahtumiin ihmiset osallistuvat. Toisille tärkeintä on tapahtumasta saatava hyöty, toiset nauttivat erilaisista aistimuksista ja toisille on tärkeintä joukkoon kuuluminen. Oleellista on myös se, minkälaisia järjestelyjä tapahtuma vaatii, jotta se houkuttelee tiettyä asiakaskuntaa. Nordic Business Forumin, Arctic15 ja Slushin kävijät tuskin olisivat innostuneet Gymnaestradasta samassa mittakaavassa.

Kaoottisuus kuuluu suuriin tapahtumiin. Tärkeintä on se, miltä se näyttää ulospäin ja että kaikki sujuu hyvin, vaikkei aina ihan käsikirjoituksen mukaan sujuisikaan. Maltti on valttia ja etukäteen suunnitellut ratkaisut yllättävien tilanteiden varalle. Särmit hioutuvat tapahtuman aikana ja asiat lokahtavat paikoilleen, mutta tiimihengen luominen on tärkeää. En tiedä miksi Arctic15 -tapahtuman siivoustalkoista ei informoitu reippaasti etukäteen. Mitä enemmän meitä olisi ollut, sen nopeammin se olisi sujunut.

Kaikki nämä tapahtumat ovat olleet arvokkaita itselleni ja varmasti monille muillekin vapaaehtoisille. Tapahtumat ovat lukukauden aikana tapahtuvia tapahtumia ja monesti tiimitapaamiset, tapahtumapaikkaan tutustumiset tai muut extra työt aiheuttavat poissaoloja kursseilta. Slush osuu pahimpaan tenttikauteen. Silloin on vain valittava. Tekeekö työnsä vapaaehtoisena ja lähtee kotiin vai "slushaako" aamun kalkkiviivoille. Nordic Business Forum verotti kirjanpitokurssin, josta yhdelläkin poissaololla tipahti pois kärryiltä. Elämä on siis valintoja. Asioilla on kuitenkin myös tapana järjestä.

Olen kuullut, että 12 vuotta vanhemmat työkokemukset ovat turhaa informaatiota työhaussa. Olen eri mieltä. Elämämme tärkeimmät ja pitkäaikaisimmat työkokemuksemme ovat ehkä vanhempia, mutta ne ovat tehneet meistä sen ihmisen, joita olemme tänä päivänä. Miten voin osoittaa vahvuudekseni kielitaidon, asiakaspalvelu-osaamiseni tiukoissakin tilanteissa ja kansainvälisyyden, jos työkokemukseni on vanhentunut. Uskon, että tulevaisuudessa portfolio tulee korvaamaan CV:n tai ainakin toimimaan sen rinnalla. Ihmiset vaihtavat alaa tai työskentelevät ulkomailla mahdollisesti täysin muissa tehtävissä useita vuosia. Portfolio on paljon laaja-alaisempi läpileikkaus kaikesta mitä olet tehnyt urakehityksesi aikana ja kuka oikeasti olet ja mitä kaikkea osaat. Kuten johdantoluvussa kirjoitin, portfolio osoittaa määrätietoisen kehityskaaren, katseen menneisyyteen, nykyhetken ja vision tulevaisuuteen.

"We make a living by what we get; we make a life by what we give."

Sir Winston Churchill

Lähteet

Ameri, J. 27.5.2016. Don't stay Hyngr! Arctic15 Food Street at your service. Arctic Startup – artikkeli. Luettavissa: <http://arcticstartup.com/dont-stay-hungry-arctic15-food-street-at-your-service/>. Luettu: 16.1.2018.

Arctic15, Deal Room. Luettavissa: <https://arctic15.com/deal-room/>. Luettu 18.1.2018.

Arctic15, Our Story. Luettavissa: <http://arctic15.com/about/our-story/>. Luettu: 18.1.2018.

Arctic15, Piching Competition. Luettavissa: <https://arctic15.com/startups/pitching-competition/>. Luettu: 18.1.2018.

Arctic15. Luettavissa: <https://arctic15.com/>. Luettu: 16.1.2018.

Bright Knowledge. How do seminars work? Luettavissa: <https://www.brightknowledge.org/education/how-do-seminars-work>. Luettu: 7.3.2018.

Cambridge Dictionary. Meaning of “seminar” in the English Dictionary. Luettavissa: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/seminar>. Luettu: 7.3.2018

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma. Järjestäjän käsikirja. BALTO print, Liettua, 2017.

Catani, J. 2008. Yritystapahtuma kontekstina ja kulttuurisena kokemuksena. Jyväskylä University Printing House, Jyväskylä 2008.

Elo, E. 4.10.2017. NBF:n puhujat maksavat satojatuhansia euroja – järjestäjä ei kommentoi Obaman tuloa. Kauppalehti – blogi. Luettavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/nbfn-puhujat-maksavat-satojatuhansia-euroja--jarjestaja-ei-komentoi-obaman-tuloa/8myG3S2f>. Luettu: 12.1.2018.

Entocube, Ratkaisumme. Luettavissa: <https://www.entocube.com/ratkaisumme/>. Luettu: 20.1.2018.

Fazer Group, 2.10.2017. Nordic Business Forumissa herkutellaan muun muassa paahdetuilla sirkoilla. Fazer Group – artikkeli. Luettavissa: <http://news.cision.com/fi/fazer-group/r/nordic-business-forumissa-herkutellaan-muun-muassa-paahdetuilla-sirkoilla,c2358371>. Luettu: 16.1.2018.

Fiban. Inspiring private startup investments. Luettavissa: <https://www.fiban.org/>. Luettu: 6.2.2018.

GYM media.com International 2015 – artikkeli. Luettavissa: <http://www.gymmedia.com/Happy-Gymnastics/15th-WORLD-GYMNAESTRADA-2015>. Luettu 8.1.2018.

Gymnaestrada World Team 2015. Video, Kokekaamme yhdessä liikunnan ilo. Katsottavissa: https://www.youtube.com/watch?v=e_HOX-aEE7s. Katsottu 8.1.2018.

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuuden. Otava. Keuruu.

Helsingin kaupunginkanslia. 25.6.2015. Helsingissä heinäkuussa kansainvälisten vierailijoiden superviikko. Helsingin kaupunginkanslia – tiedote. Luettavissa: <https://www.sttinfo.fi/tiedote/helsingissa-heinakuussa-kansainvalisten-vierailijoiden-superviikko?publisherId=17448265&releasId=30031006>. Luettu: 8.1.2018.

Hollmén, P. 3.10.2017. Nordic Business Forum 2017 – mitä opin ja kannattiko 8000€ investointi? Perjantaikokkiin blogi. Luettavissa: <https://perjantaikokki.fi/2017/10/03/nordic-business-forum-2017-mita-opin-ja-kannattiko-8000e-investointi/>. Luettu 12.1.2018.

Järvistö, H. 6.9.2016. Mitäs me vapaaehtoiset johtamisella... Luettavissa: <http://blogit.jamk.fi/alumninaamuhuuto/2016/09/06/mitas-me-vapaaehtoiset-johtamisella/>. Luettu: 7.2.2018.

Juvonen, A. 2.10.2017. Nordic Business Forumiin ennätysyleisö - suoralla verkkolähtyseläkin 20 000 seuraajaa. Kauppalehti – blogi. Luettavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/uutinen/DwZXt2sS> Luettu: 12.1.2018.

Kaartamo, O. 1.12.2017. Kymmenenvuotias Slush tekee tähtiä ja rahaa – silti toimitusjohtaja saa alennettua opiskelijapalkkaa. Yle uutiset – artikkeli. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9949957>. Luettu: 23.1.2018.

Latva-Koivisto, M. 12.10.2016. Case Nordic Business Forum: lämpimiä kohtaamisia ja vilttejä vilukissoille. Viiden tähden asiakaskokemus – Podcast blogi. Luettavissa: <http://www.5tahdenasiakaskokemus.fi/case-nordic-business-forum-lampimia-kohtaamisia-ja-viltteja-vilukissoille/>. Luettu: 15.1.2018.

Lehtiniitty, M. 30.11.2016. Slush 2016 käynnistyi Helsingissä – lavaohjelmaa voi seurata myös netistä. mobiili.fi – artikkeli. Luettavissa: <http://mobiili.fi/2016/11/30/slush-2016-kaynnistyi-helsingissa-lavaohjelmaa-voi-seurata-mynos-netista/>. Luettu: 23.1.2018.

Lehto, T. 3.5.2017. Arctic15-tapahtuma aloitti vauhdikkaasti, pelkästään sijoittajia yli 300 – aikoo laajentua maailmalle. tekniikka&talous – artikkeli, Luettavissa: https://www.tekniikkatalous.fi/talous_uutiset/arctic15-tapahtuma-aloitti-vauhdikkaasti-pelkastaan-sijoittajia-yli-300-aikoo-laajentua-maailmalle-6646176 2017. Luettu: 18.1.2018.

Liikuntavirasto, 2015. Luettavissa: http://www.liikuntaneuvosto.fi/files/387/Gymnaestrada2015_webversio.pdf. Luettu: 8.1.2018.

Niikko, A. 2001. Portfolio oppimisen avarajana. Tammer-Paino Oy. Tampere.

Nordic Business Forum 2016, Past Events, News Room. Luettavissa: <https://www.nbforum.com/newsroom/events/nbf2016/>. Luettu: 10.1.2018.

Nordic Business Forum 2016. Vietä kaksi uskomatonta päivää virallisessa Live Stream – tapahtumassa Tampereella! Luettavissa: <https://www.finlandevents.fi/nbforum2016/>. Luettu: 10.1.2018.

Nordic Business Forum, Past Events. Luettavissa: <https://www.nbforum.com/past-events> NBF, Luettu: 10.1.2018.

Opetusministeriö. Kulttuuri, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto 2006. Luettavissa: <http://docplayer.fi/2056960-Kansainvaliset-suurtapahtumat-suomessa.html>. Luettu: 7.3.2018.

Pajunen, I. 10.2.2015. Iso sähkökatkos pimensi osan Helsingistä. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-7793698>. Luettu: 12.1.2018.

Pollari, P., Kankaanranta, M. & Linnankylä P. 1996. Portfolion monet mahdollisuudet Jyväskylän Yliopistopaino. Jyväskylä.

Siefen, H-P. 28.9.2016. 4 askelta menestykseen: näin syntyi Nordic Business Forum – Elon blogi. Luettavissa: <http://elomedia.elo.fi/artikkelit/4-askelta-menestykseen-nain-syntyi-nordic-business-forum>. Luettu: 10.1.2017.

Suomen Bisnesenkeliverkosto, Startup-sijoittajien verkosto. Luettavissa: <https://www.fi-ban.org/suomeksi.html>. Luettu: 22.1.2018.

Teittinen, P. 4.10.2017. Maailman suurimpien joukkoon kasvanut Nordic Business Forum on kuin businessmaailman herätyskokous – miksi ihmiset haluavat maksaa osallistumistaan toistatuhatta euroa? Helsingin Sanomat – artikkeli. Luettavissa: <https://www.hs.fi/talous/art-2000005394031.html>. Luettu: 10.1.2017.

Thierry, 10.10.2016. Back from the Nordic Business Forum. Bias To Yes – blogi. Luettavissa: <https://biastoyes.wordpress.com/2016/10/10/back-from-the-nordic-business-forum/>. Luettu: 15.1.2018.

Tikkala, H. 1.6.2016. Slushin pikkuveli Arctic15 kerää ennätysmäärän sijoittajia Kaapelitehtaalle. Yle uutiset – artikkeli. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-8921705>. Luettu: 15.1.2018.

Toivonen, J. 2.10.2017. Kaksi päivää suuria sanoja bisneksestä Helsingissä, tähdittäjänä näyttelijä Will Smith. Yle uutiset – artikkeli. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9861603>. Luettu: 10.1.2018.

Topalo, L. 28.11. 2016. Welcome to Slush 2016. Slush Newsletter – artikkeli. Luettavissa: <http://www.slush.org/news/qa/welcome-slush-2016/>. Luettu: 23.1.2018.

Törmälä, O. 29.9.2016. Brändi ei ole logo – se on hyvä tarina. Luettavissa: <http://www oulu.fi/blogs/node/42508>. Luettu: 26.2.2018.

Törmälä, O. 29.9.2016. Brändi ei ole logo – se on hyvä tarina. Luettavissa: <http://www oulu.fi/blogs/node/42508>. Luettu: 26.2.2018.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. tapahtuma on tilaisuus. tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. kirjoittajat ja Tietosanoma Oy. Tallinna.

Valtion liikuntaneuvosto 2015 – Tapahtumatutkimus. Luettavissa: http://www.liikuntaneuvosto.fi/files/387/Gymnaestrada2015_webversio.pdf. Luettu: 9.1.2018.

Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Virkkunen, A. 2015. Esittävän voimistelun juhlaa. Gymnaestrada Rotterdamista Helsinkiin. Print Best, Viljandi, Viro.

Yeung, A.B. 2004. Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations. Vol. 15, No. 1, March 2004.

We are gymnastics! 15th world Gymnaestrada 2015. Luettavissa: <http://www.fig-gymnastics.com/site/2015-World-Gymnaestrada>. Luettu: 8.1.2018.

15th World Gymnaestrada 12-18 July 2015. Participant Guide.

Liitteet

Liite 1. Tapahtumakävijäkysely Gymnaestrada, Helsinki 2015

”Tapahtumakävijäkyselyyn vastasi yhteensä 811 vastaajaa. Tapahtumakävijäkyselyn kokonaisaineistosta kerättiin tapahtuman jälkeen 78 % ja haastatteluin tapahtuman aikana 22%. Vapaaehtoisten kyselytutkimukseen osallistui yhteensä 578 vastaajaa, joista 500 vastasi suomen kieliseen lomakkeeseen ja 78 englanninkieliseen lomakkeeseen. Yhteistyökumppanikyselyyn vastauksia kertyi yhteensä 19 kappaletta 18 eri organisaatiosta. Kaikista vastaajista 53,5 % asui Suomessa ja 46,5 % ulkomailla. Suomessa asuvista vastaajista Helsinki-Vantaa-Espoo -seudulla asui yhteensä noin kolmannes (33,9 %). Ulkomailla asuvista suurin ryhmä oli sveitsiläiset (28 %), toiseksi suurin saksalaiset (12 %) ja kolmanneksi suurin portugalilaiset (6 %). Kaikista ulkomailla asuvista vastaajista 79 % oli Euroopasta. Suomalaisten lisäksi aineistossa oli 38 eri maan kansalaisia.

Suurin osa vastaajista (81 %) saapui Helsinkiin päätarkoituksenaan osallistua Gymnaestrada tapahtumaan. Vain 2 % vastanneista kertoi saapuneensa Helsinkiin ensisijaisesti jostain muusta syystä. Vajaat 16 % vastaajista totesi asuvansa pääkaupunkiseudulla.

Tapahtumakävijäkyselyn yksi keskeisimpiä tavoitteita oli tutkia tapahtumakävijöiden kokemuksia tapahtuman järjestelyistä ja tyytyväisyydestä tapahtumaan. Tyytyväisyyttä mitattiin avoimilla kysymyksillä sekä 14 muuttujan kautta viisiportaisilla monivalintakysymyksillä. Avoimessa palautteessa tapahtumakävijät arvioivat mm. parhaita asioita Gymnaestrada-tapahtumassa. Avoimen aineiston analysoinnin perusteella voitiin todeta osallistujien esitysten ja ohjelmien katsomisen ja kokemisen olleen selkeästi tapahtuman parasta antia. Muita mainittuja myönteisiä asioita tapahtumassa olivat ihmisten tapaaminen ja ystävät, tapahtuman tunnelma, tapahtuman kansainvälisyys ja monikulttuurisuus, yhteisöllisyys ja yhdessä tekeminen ja oleminen sekä hauskuus ja ilo, jonka tapahtuma tuotti tapahtumakävijöille.

Vastaajat olivat kauttaaltaan hyvin tyytyväisiä tapahtumaan. Yli 2/3 vastaajista oli erittäin tyytyväinen tapahtuman tunnelmaan (78 %) sekä vapaaehtoistyöntekijöihin (69,4 %). Yli puolet vastaajista oli erittäin tyytyväisiä turvallisuuteen (63,9 %), tapahtumien/näytösten sisältöön suhteessa odotuksiin (61,4 %), tapahtuman sujuvuuteen (55,4 %), järjestävän organisaation asiakaspalveluun (55,5 %) sekä tapahtumapaikkoihin (52 %). Yli puolet vastaajista oli vähintään melko tyytyväinen jokaiseen mitattuun tapahtuman osa-alueeseen. Eniten tyytymättömyyttä aiheutti tapahtuman mainonta, johon n. 19 % vastaajista koki ole-

vansa joko melko tai erittäin tyytymätön. Mainonnan lisäksi jossain määrin tyytymättömyyttä aiheuttivat myös viestintä ennen tapahtumaa (15 % tyytymättömiä), tapahtumanainen viestintä (9 % tyytymättömiä) sekä opastus tapahtumassa (9 % tyytymättömiä)” (Liikuntaneuvosto 2015, 4–7.)

Liite 2. Raportti, Gymnaestrada 2015, Helsinki

Pauliina Arola

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Report

27.7.2015

15th Worlds Gymnaestrada

This event was truly a unique event with an amazing atmosphere! It completely amazed me by people's commitment to work as a huge big family to make the whole happening to become a real success story! Everybody made new friends, felt big emotions and tremendous fatigue. I kept a step counter in my pocket and every day it showed minimum of 17682 steps per day!

I learned to understand what an amazing organisation is needed and trust that every bit and piece falls into the right place when needed. Right people in the right places at the right moment. It needs a lot of stress handling, because no-one can truly be sure that everything goes as planned. I think that it is my weakest point. I'm a perfectionist and very firm person. On the other hand certain rules must be respected, when you are guiding thousands of people.

A truly spectacular aspect was the number of countries participating. When you put that many people together it truly is a cultural mixing bowl. We act differently in different cultures and it needs flexibility and international understanding how different we actually are.

I worked from Sat 11.7 – Sat 18.7 as follows:

Sat 11.7	Olympic stadium	12.00 - 19.00
Sun 12.7	Olympic stadium	9.00 - 19.00
Mon 13.7	Messukeskus	9.00 - 19.00
Tue 14.7	Messukeskus	8.30 - 16.30
Wed 15.7	Messukeskus	9.00 - 16.00
Thu 16.7	Messukeskus	9.00 - 17.00
Fri 17.7	Messukeskus	9.00 - 15.00
Sat 18.7	Olympic stadium	8.00 - 17.00

Most of the time I worked at the Messukeskus and that was truly guiding people to go in and out of the different Arenas and where to be seated. I was very active and my language skills and customer service experience were highly appreciated. It was quite strict work too, because you really had to control big crowds. I have worked in security tasks previously, so I believe I did well.

When it comes to the organisation itself, sometimes it was a big mess. We were numerous volunteers, sometimes even too numerous. For example for the Closing Ceremony my working schedule was from 8.00 – 17.00, but actually I was needed only from 15.00 to escort the Head of Delegations to the stands. Nevertheless that gave a good opportunity to see lots and lots of the wonderful performances. Over all, truly once in a lifetime experience! During my studies I want to specialize in organizing big events and congresses so this was a great real life experience. Next step where I applied and was chosen, to work as a volunteer, will be the Nordic Business Forum in September.

Liite 3. Raportti, Arctic15, Helsinki 2016

Pauliina Arola
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
WOR8LS002-1

Report 1(2)
20.6.2016

Arctic15 In Helsinki at the Cable Factory the 2-3 June 2016

My working hours

I worked as a volunteer on Thursday 2 June from 7.00 till 18.30 = 11,5 hours
On Wednesday the 3 June I worked from 11.30 till 19.30 = 8.00 hours + if you have the strength to continue... No-one was clearly told that there is a lot of cleaning up to do after the event and in between the event days. Many of the volunteers just left, when their little workstation was cleaned up. The cleaning up meant an actual demolition after the event. Lot of garbage, half empty water bottles to empty and recycle, carpets to throw away, chairs to assemble, furniture to carry... It took us for hours!

What did I learn about working as a volunteer?

I got to know the Cable Factory and how it was organized for this kind of an event. I worked in investor personal assistants team. It was an exciting task!
We were all getting a group of seventeen investors. We had to find information about them, their companies, phone numbers if not already known, also a picture of them, if possible. (I will send my file as an attachment.) That helped us to recognize our investors when they arrived to the registration. We introduced ourselves and said that if they need any help or assistance, we are there for them. They had our personal phone numbers. They were pretty surprised about this kind of a service! Most of them didn't need any extra help. Maybe a taxi or us to cancel one of their meetings. They were very self-prepared beforehand and already pre-booked for most of their meetings. We were also prepared to give information for what was happening during the event and outside the event in Helsinki.

What did I like about the event?

The atmosphere was amazing! Everyone was so motivated. You really didn't need any circus tricks to keep them motivated and going. The lunch was a standing up type of lunch so they were networking even during the lunch! The Investors were visiting the different Start-up stands and discussing with people, maybe even set up a meeting or had a chat in the "speed" meeting space. They were so excited about everything and everyone's achievements. There was really a feeling of a humanly communication between people. Why in everyday life we try so hard not to communicate with one another... I wonder? Most of the people were dressed very casually. Many newcomers said to me that this is a very well organized event and very useful for networking.

What did I do outside the working hours at the event?

There were not a lot of a non-working time the first day, because everyone was arriving to the event. One part of our investor team people always stayed close to the registration to welcome the investors. We missed a few of them, since they knew where they are and where they are going to. So we advised also guests, who didn't know so much where to

go. After working hours, having stand up and walk all day, was the cleaning. I am quite surprised that for this big of an event there was no cleaning company such as SOL to assure the cleaning. I must say that after the first day, I was exhausted. I had just worked for 10 hours and now it's the cleaning up time. The second day there was a lot more time to check out the stands and talk with the investors and Start-ups. And that was great!

How would I plan my next visit?

I would study the investors carefully and especially the Start-ups, because you can learn so much from them and get ideas by hearing about their experiences and challenges.

What did I learn about entrepreneurship or from entrepreneurs?

I learned that it is a lot of work and patience. I admired how enthusiastic they were about their inventions. That is what you need to be to become successful!

I also learned that you should start small but think big. I was truly impressed about this new company http://www.aalto.fi/fi/current/current_archive/news/2014-04-09/. Because their invention is a software, it could be easily sold abroad and give the support and maintenance from distance, without needing to travel from one country to another (cost efficient). They really believe in their product and so did I! If I'd have a gym, I would invest to them! Also these climbing centrals could easily implement this invention. It was very exciting! They are at the moment looking for an investor and also these climbing centrals have shown their interest. They were very confident and proud of their product and that's why it's their time to start to look out for something big.

Grade your teamwork skills

I grade my skills 5. I was always on time. I concentrated in my volunteering work and supported the others. I was very flexible team member never whining. I tried to keep up the good spirit and gave my support to other members when we all were tired and our feet were aching. I got acquainted with other teams' volunteers and we helped each other. The last day cleaning up got to some people's nerves but we finally hugged and understood that we were just tired. No bad feelings between us. It was a great experience! Since I want to specialize in big events and congresses, with every event I participate in, I learn more and more about people, customer service and the hard work behind the scene and the hard work during and after the event, keeping the smiley face and customer service attitude no matter what. I think I did my best and some more. My next challenge will be the sport event at Vantaa in July <http://www.vantaa2016.fi/>. New challenges are ahead of me and I feel happy for every event I may be part of.

Liite 4. Raportti, Slush 2016, Helsinki

Pauliina Arola
SLUSH WOR8LS007-1
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Report
26.1.2017

SLUSH 2016 30.11 – 1.12 2016 / Registration Team

I expected a lot from this experience in Slush. I have participated already at Nordic Business Forum and Arctic 15. This was a completely different experience and once again, learned to understand what an amazing organization is needed and trusting people who will assure that every bits and pieces fall into right place when needed. Right people in the right places at the right moment! It needs a lot of stress handling, because no-one can truly be sure that everything goes as planned. I think that, that it is my weakest point. I'm a perfectionist and very firm person. On the other hand certain rules must be respected, when you are guiding hundreds of people.

I did miss some activities due to an intensive course, which took place in November 12, when it was the Volunteers' day. In any case, I missed all the after parties as well as the Volunteers' After Party. Slush fell to the worst exam period and group works, so not a good moment for parties. I also live quite far away, in Vuosaari, so the public transportation takes quite a while to get home especially in the evening time.

We had our first meeting October 10 when we met our Team Leader, Alina Rautava, and all the group members. Alina was a wonderful Team Leader! She gave us a good information about the event and what is going to happen, where and when. November 28 we had the registration training. It was held in Marian sairaala. It lasted about an hour, 17.00 – 18.00, but I stayed for two more hours until 20.00 to help out with the pre-registration pass cards. There were such a huge amount of them to accomplish for larger groups before the event.

The day before the event we went to Messukeskus to get to know the venue. During the event days I worked the evening shift, which started at 13.00 and finished around 20.00. After that some stayed for the after party, especially the second evening when we all worked until 21.00

Unfortunately I had some personal health issues with Slush. Nordic Business Forum was darkish, Arctic15, not so much. Slush was really dark venue! I have had my eyes operated (a laser surgery), I have a very poor vision in the darkness, even on the streets in the evening time, I have to watch out my steps. Adding up my ankle surgery. I truly didn't want to stumble in the darkness. That is the reason why I didn't wonder around so much. It amazed me, that when we were visiting the venue the day before, all the builders were working in the dark! My goodness! Put the lights on my goodness!

The building up of these kind of events is nerve wrecking, demolition is painful. I have done that with Arctic15. Unfortunately this time, I was not able to join any after events. As said before, it was the most strenuous exam period at Haaga-Helia. It would have been very hard to have fun and study at the same time. I have been involved with numerous events in my life. It is such a HUGE trusted organization to be involved to get it going.

In any case the registration didn't happen as in those previous events, Nordic Business Forum and Arctic15. The people came to Slush little by little, all day long, in contrast to the

mentioned events. I enjoyed it! We were numerous at the registration, so if any problem occurred, you had always a helping hand next to you. I learned the importance of a team work, needless to say, once again. We had a wonderful team spirit and Alisa was a great team leader! 10 points for her.

I believe that I did well as a team player. So I would give me 5 for that. I also did some extra work printing out the pass cards for the pre-registered customers. That was highly appreciated during all that rush.

In the future I will combine my experiences, knowledge and possible contacts from all of these events. Nordic Business Forum, Arctic15, and Slush! I have my own business ideas. And in Arctic15 I felt so at ease. Maybe participating one day myself! It is so exciting to see people face to face and find new contacts.

Now I'm doing my internship at Berling Capital Oy for five months. <http://www.berling.fi/en>. I do assistant work for them and also assistant work for Vertigo <http://vertigo.fi/> as they are working in the same office. I have a Linked in profile, but it needs to be updated. I'm so much more than what is written in my profile right now.

The most valuable and priceless thing I've learned during this event and all the rest of them, which I didn't even mention, provided by Haaga-Helia., have taught me beyond measure, about customer service and most of all...connecting with people