



Slush jatkaa tarjontansa laajentamista – vakaa tulos vauhdittaa uusia avauksia

Slush-viikko valtaa Helsingin jälleen marraskuun lopussa. Kaksipäiväinen päätapahtuma järjestetään 21.–22. marraskuuta aiempien vuosien tapaan Helsingin Messukeskuksessa. Tapahtumaan odotetaan entistä suurempaa osallistujamäärää.

– Tähtäämme tapahtuman hiljattaiseen kasvattamiseen. Tänä vuonna odotamme 25 000 kävijää sekä entistäkin suurempaa kasvuyritysten ja sijoittajien osuutta, Slushin toimitusjohtaja **Andreas Saari** kertoo.

Kasvua sekä uusia avauksia vauhdittaa vuoden 2018 lipunmyynnistä ja kumppanuuksista seurannut hyvä tulos 1,19 miljoonaa euroa, joka käytetään aiempien vuosien tapaan suoraan tapahtuman kehittämiseen ja kasvuyrittäjyyden tukemiseen uusien projektien ja aloitteiden muodossa.

– Tarvitsemme aina alkuvuodelle puskuria tapahtuman rakentamista varten, sillä tällöin meillä on hoidettavana valtavat määrät esimerkiksi tapahtuman tuotantoon liittyviä kuluja ennen kuin lipunmyynti edes aukeaa. Aiempaa vakaampi ja tukevampi taloudellinen pohja mahdollistaa Slushin toiminnan jatkuvan kehittämisen, Saari kertoo.

– Meille on tärkeää vastata yrittäjien tarpeisiin ja pitää etenkin startup-lipun hinta mahdollisimman matalalla. Lisäksi olemme tuoneet valikoimaan uuden scaleup-lipputyypin vastaamaan Pohjoismaiden ja Euroopan kypsyvän kasvuyrityskentän tarpeisiin. Rakennamme sen ympärille uusia palvelukokonaisuuksia pidemmälle edenneille kasvuvaiheen yrityksille, Saari jatkaa.

Lisäksi panostuksia on tehty muun muassa tiimin rekrytointiin ja kehittämiseen sekä uusiin avauksiin muun muassa tutkimuksen ja oman median suuntaan sekä ensi vuonna käynnistyvään Slush Academyyn. Myös tapahtumatarjonta kasvaa: päätapahtuman lisäksi Slush järjestää tänä vuonna myös kaksi tuhannen osallistujan kickoff-tapahtumaa, jotka käynnistävät Slush-viikon Helsingissä: Press Start kokoaa yhteen pelikehittäjät ja pelialan muut huippuosaaajat, ja Ready to Launch keskittyy puolestaan tuotejohtamiseen.

Slush Helsingin lisäksi aiempien vuosien tapaan Slush-tapahtumia järjestetään ympäri maailmaa. Slush Tokyo keräsi helmikuussa 6000 kävijää, ja tapahtumasta on vakiintunut Japanin johtava kansainvälinen kasvuyrittäjyystapahtuma. Kiinassa on tänä vuonna järjestetty Slush-tapahtumia Shanghain ohella myös uusissa kohteissa, Nanjingissa ja Shenzhenissä. Nämä tapahtumat ovat toimineet niin kutsuttuina lämmittelytapahtumina Slush Shangaihin, joka järjestetään 25.–26. syyskuuta.

– Itsenäiset tiimimme Aasiassa tekevät valtavan arvokasta työtä paikallisten yrittäjien tarpeiden ratkaisemiseksi sekä kansainvälisten toimijoiden houkuttelemiseksi alueelle. Aasian tapahtumien lisäksi jatkamme menestyksekkääksi osoittautuneen Small Talks -konseptin tapahtumien järjestämistä tänä vuonna muun muassa New Yorkissa ja Tukholmassa, Saari kertoo.

Slush Oy on kokonaan Startup-säätiön omistama. Vuonna 2018 Slushin liikevaihto oli 12,25 miljoonaa euroa.

Lisätietoja:

Andreas Saari
Toimitusjohtaja
Slush
andreas.saari@slush.org

Saara Pelto-Arvo
Viestintä
saara.pelto-arvo@slush.org

www.slush.org

Press Start -tapahtuma: <https://www.slush.org/press-start/>

Ready to Launch -tapahtuma: <https://www.slush.org/ready-to-launch/>

Slushin kuvapankki: <https://www.flickr.com/photos/slushmedia/>

@SlushHQ