



YHTEISÖ- YRITTÄNYTTÄ EI LAITETA

Istuisiko lihanjalostuksessa ja vakuutuslalla toimiva osuuskuntamalli luovalle alalle? Kysyimme asiaa kahden helsinkiläisen osuuskunnan ihmisiltä. Molemmat osuuskunnat toimivat epämääräisesti rajatulla luovalla alalla, mutta siihen yhtäläisyydet niiden ulkoisissa piirteissä sitten loppuvatkin.

TEXSTI: AKSILI MUHTANEN, KUVAT: HILLA KURKI

PERINTEINEN VAKITUISEEN PALKKATYÖHÖN perustuva työelämä on muutoksessa, mutta tuskin kukaan tietää, mitä tuleman pitää. Luovien alojen nykyopiskelijat ainakin pitävät yrittäjyyttä palkkatyötä houkuttelevampana tulevaisuudennäkymänä. Tämä käy ilmi Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulun Pienyrityskeskukseen syksyllä 2011 tekemästä tutkimuksesta, jossa tutkittiin nykyisten korkeakouluopiskelijoiden suhtautumista yrittäjyyteen Suomessa ja Baltiassa. Yritystoiminta on kuitenkin kokemattomalle työlästä, aikaa

vievää ja vaatii usein myös taloudellisia panostuksia. On kuitenkin eräs liiketoimintamalli, jossa pääoman ja yksinäisen puurtamisen sijaan korostuvat yhteisöllisyys ja aatteellisuus: osuuskuntamuoto.

Suomessa on yli neljä tuhatta osuuskuntaa. Niissä on yhteensä yli seitsemän miljoonaa jäsentä, ja Suomessa onkin suhteellisesti eniten osuuskuntia maailmassa. Monet suuryritykset ovat osuuskuntia: S-ryhmä, OP-Pohjola ja Tradeka. Osuuskunnilla on merkittävä asema kaupan ja pankkialan

lisäksi esimerkiksi meijerteollisuudessa, lihanjalostuksessa, metsäteollisuudessa ja vakuutuslalla. Suurin osa osuuskunnista on kuitenkin niin sanottuja työosuuskuntia, eli jäsenensä työllistäviä yhteisöllisiä yrityksiä. Osuustoiminnan etu esimerkiksi toiminimellä työskentelyyn verrattuna on se, että jäsenet eivät siinä ole taloudellisessa vastuussa osuuskunnan veloista – ja toisaalta alkupääomaa ei tarvita kuten vaikkapa osakeyhtiötä perustettaessa.

Osuustoiminta alkoi Suomessa vuonna 1901 ensimmä-



mäisen osuustoimintalain myötä. Pitkään osuuskunnat saivat myydä tavaraa ja palveluitaan vain jäsenilleen. Osuuskuntamuoto toimikin hyvin esimerkiksi myllyn rakentamisessa kylälle tai leikkuupuimurin yhteisömuutoksessa, jolloin kyseessä oli niin sanottu hankintaosuuskunta. Myös osuuskaupat toimivat tällä periaatteella: kauppaa käyttivät vain osuuskunnan jäsenet, mutta sitäkin ahkerammin, olihan se heidän itsensä omistama ja tuotto tuli ikään kuin omaan taskuun. Vaikka osuuskauppa nykyään yhdistetäänkin automaattisesti S-ryhmään, on uusi osuuskauppaliike jo ponnistamassa jaloilleen. Esimerkiksi Helsingin Kalliossa toimii osuuskauppa Oma maa, joka myy ekologistia elintarvikkeita Helsinginkadulla.

Osuustoimintaan onkin aina liittynyt vahva aatteellinen lataus. Osuuskuntalaissa sanotaan, että "osuuskunnan tarkoitus on jäsenten taloudenpidon tai elinkeinon tukemiseksi harjoittaa taloudellista toimintaa. – – Osuuskunnan säännöissä voidaan kuitenkin määrätä, että osuuskunnan tarkoitus on pääasiassa aatteellisen tarkoituksen yhteinen toteuttaminen." Aatteellista tarkoitusta toteuttavat esimerkiksi kehittämissosuuskunnat, joilla pyritään esimerkiksi vaalimaan kyläyhteisön perinteitä.

Aatteellisuus on näkynyt myös osakuntakentän perinteisenä kahtiajakona: yhtäällä olivat "pellervolaiset" porvarihenkiset osuuskunnat kuten osuuskauppaliike, ja toisaalla taas "edistykselliset"

työläisösuuskunnat. Sittemmin, osuustoiminnan hieman hiivuttua 1980-luvulla jakolinjat ovat hälvenneet. Pelervo-seura kuitenkin jatkaa pitkän linjan työtä osuustoiminnan edistämiseksi muun muassa tarjoamalla tietoa ja koulutusta aiheeseen liittyen.

OSUUSKUNTA LILITH

Myös luovalla alalla ja kulttuurin parissa osuustoiminta on Suomessa jo varsin vakiintunutta. Alan jättiläinen osuustoimintakentällä on Osuuskunta Lilith, joka on toiminut vuodesta 1996 lähtien. Se syntyi muutamien artistien levyprojektien julkaisemista varten, ja on siitä lähtien kasvanut tasaisesti. Tällä hetkellä Lilithissä on jäseniä noin 180, mikä tekee siitä Suomen ja kenties Euroopan suurimman kulttuuri-osuuskunnan. Lilithläiset tekevät lähes mitä tahansa kulttuurin alalla, graafisesta suunnittelusta vaatturin työhön ja äänityksestä esittäviin taiteisiin. Onpa Lilith myynyt myös hierontaa, veneenkennusta kuin cateringiäkin.

Lilithin voimahahmo, hallituksen puheenjohtaja **Kikke Heikkinen** sanoo, että "Lilith ei ole puhtaasti taloudellinen yhteenliittymä vaan sosio-ekonominen yhteisö". Nykyisestä kukoistuksesta huolimatta Lilithissäkin on toki aikanaan ollut omat ongelmansa. Osuustoiminta on kuitenkin Heikkisen mukaan ollut Lilithille paras yritysmuoto, sillä hän pitää osuuskuntahengestä ja -periaatteista. "Taiteilijat ovat aika tuittupäisiä, ja sikäli osuuskuntamuoto ei ole hyvä kulttuurialalle. Mutta jostain

syystä se on toiminut", Heikkinen heittää.

Heikkinen puhuu paljon Lilithille karttuneesta vauraudesta. Hän painottaa, että vauraudella ei tässä tapauksessa tarkoiteta vain sitä, että Lilithillä on valtavasti rahaa, vaan vuosien mittaan karttunutta kokemusta ja taitoa reagoida eri tilanteisiin. Hän myös nostaa jäsenten hyvinvoinnin keskeiseksi seikaksi koko toiminnassa.

Lilith on kokemustensa ja virheiden tuoman opin pohjalta lanseeraamassa yhteisöllisen yrittäjyyden mallia, joka on nimetty Kuhaksi. Kuha on tarkoitus tuotteistaa eräänlaiseksi oikopoluksi ohi Lilithin kokemien käynnistysvaikeuksien ja kasvukipujen. Kikke Heikkinen innostuu silminnähdessä puhuessaan Kuhasta, ja haluaa sen kautta levittää omaa kokemustaan: "Minun mielestä kaikkien ei tarvitse tehdä samoja virheitä, mitä me olemme tehneet!"

Lilithläinen graafikko ja monialamies **Pentti Nyholm** sanoo osuustoiminnan suurimpien hyötyjen tulevan yhteistyöstä: "On helppo tehdä yhteistyötä, kun tuntee toisen kädenjäljen, ja voi antaa ihan jämäkät ohjeet." Osuuskunnassa syntyy spontaaneja työpareja ja työryhmiä, ja jäsenet hankkivat toisilleen töitä – ilman että menettävät koko asiakkaan kollegalle. Yhteisö antaa myös voimaa neuvotella reilumpia sopimuksia ostajien kanssa, mikä on ollut ajankohtaista varsinkin valokuvaajien osalta.

Entä pitääkö konkari Kikke Heikkinen osuuskuntaa järkevänä vaihtoehtona vastavalmistuneille? "Saman-

henkisten opiskelutovereiden kanssa alkaa jo koulussa tekemään yhteistyötä. Sen täytyy lähteä siitä porukasta.” Eli kyllä voi, mutta täytyy muistaa että ihmissuhteet ovat keskeisiä yhteisöllisessä yrittäjyydessä. Heikkinen siteeraa tuntematonta ajattelijaa: “Osuuskunnat ovat tuottoisia, mutta riittäviä.”

OSUUSKUNTA 5TH FLOOR CREATIVE

Helmikuussa 2012 maailmaan syntyi uusi osuuskunta, kun seitsemän graafista suunnittelua neljättä vuotta opiskelevan joukko sai vihdoin otettua ratkaisevan askeleen.

Kaikki alkoi vuonna 2010, kun porukka teki yhdessä projektia koulun puitteissa. “Siinä tuli ajatelleeksi tuotoksien myyntiä ja sitten se meni niin säätämiseksi, että ajateltiin että ei hitto, pakko meidän nyt on vaan perustaa tällainen osuuskunta”, kertoo osuuskunta 5th Floor Creativen toiminnanjohtaja **Katri Tikkanen**.

Alkuun pääseminen oli vaikeaa. Yhteiset opinnot ja projektit pitivät porukan yhdessä, mutta osuuskunnan perustaminen ei käynytkään niin helposti kuin oli luultu. 5thfloorilaiset kävivät esimerkiksi yritysneuvojalla,

joka tyrmäsi ehdotetut viisi sääntöä ja opasti alkuun. Kun osuuskunta lopulta perustettiin, tuli siihen yhteensä seitsemän jäsentä. “Minimimäärä, ettei ketään lasketa yrittäjäksi ja sitä kautta me voidaan heittäytyä vaikka työttömäksi ja saada työttömyyskorvausta”, toteaa osuuskunnan hallituksen puheenjohtaja **Niklas Ekholm**. Mutta lisääkin mahtuisi, sanovat osuuskuntalaiset, varsinkin lähipiiristä saman alan tekijöitä.

Varsinainen syy osuustoiminnan aloittamiselle oli kuitenkin tarve päästä tekemään vapaamuotoisemmin



projekteja, joita ei tehdä rahan vaan hyvän ja innostavan asian takia. "Osuuskunnan ulkopuolella me ollaan kaikki kilpailevissa yrityksissä!", Ekholm naurahtaa. Vaikka osa porukasta näkee 5th Floorissa myös perinteisen työosuuskunnan piirteitä, **James Zambra** suhtautuu asiaan rajaavammin: "Itse näen tämän erillisenä duunista. Täällä voi tehdä juttuja jotka vaatii paljon aikaa, porukkaa ja työpanosta, mutta joista ei saa taloudellisesti hirveästi irti." Kollektiivissa onkin heitelty ilmaan ideoita esimerkiksi nahkatöistä, korusuunnittelusta ja julkaisutoiminnasta

– siis puuhista, jotka eivät sisälly graafisen suunnittelijan totuttuun työnkuvaan.

Ensimmäinen 5th Floorin projekti oli kalenterijulkaisu *Epicalypse 2012*. "Tämä oli ensimmäinen projekti osuuskunnan puitteissa. Aika järjetön projekti taloudellisesti" **Pauliina Holma** esittelee kultakantista, vakuumipakattua taskukalenteria. Tulossa on myös ensimmäinen laajempi kokonaisuus, jota osa osuuskunnasta tekee yhdessä, syksyllä Kaapelitehtaalla järjestettävän *Wärk*-tapahtuman visuaalinen ilme. Niklas Ekholm kertoo, että työosuuskunta-tyyppisiä

laskutustöitäkin on jo tehty: "Mä piirsin pari fonttia, ja laskutan ne nyt tämän osuuskunnan kautta."

5th Floor toimiikin jäsentensä kohtauspaikkana, kokeilevampien töiden foorumina ja työosuuskuntana sooloprojekteissa. Näkemykset osuuskunnan tulevaisuudesta vaihtelevat jäsenten kesken, mutta yksi käsitys tuntuu olevan kaikille yhteinen: "Tämä on kokeilulaboratorio!" **O**

