

BMW päätti tehdä tuottavuusloikan ja palkkasi parhaat johtajat Suomesta. He saivat saksalaisen autotehtaan kulujen karsimisella lentoon niin, että siitä tuli maailman talouslehdistön lemmikki. Mutta mitä tapahtui?

# Kuinka Bemarista tuli Tatsari

## PUHEENAIHE

Markku Saksa

palaute@  
lannenmedia.fi



**K**aikki alkoi siitä, kun BMW:n omistajat halusivat nykyaikaiseen tapaan ”enemmän läskiä leivän päälle”. He palkkasivat suomalaisia tehostamaan yritystä.

Suomalaiset julistivat, että nyt lököttely saa loppua. Löysät on saatava pois! BMW tekee selvästi ylilaatua, joka syö kannattavuutta, työntekijät lomailevat liikaa, tekevät liian lyhyttä päivää, saavat liian suurta palkkaa ja jäävät liian aikaisin eläkkeelle.

Pian ensimmäiset supistamisen ja leikkaamisen tulokset alkoivat näkyä. BMW:n suomalaisjohdossa tunnelma oli kuin herätysteltassa, kun se koki synnistä vapautumisen riemua.

**ENSIMMÄISEKSI** suomalainen johtajisto potki ulos kaikki yli 50-vuotiaat, koska heille maksettiin liikaa ja heissä ilmeni muutosvastaisuutta. Pomot järjestyivät

nuoremmalle ja halvemmalle työvoimalle tehokurssituksen, jossa baarien joutopojista tehtiin ennäytysajassa moottoriteknikkoja.

Varsinainen kannattavuusloikka syntyi siitä, että toteutettiin yleinen palkkojen alennus. Sen lisäksi pantiin toimeen rivakat ytkierrokset. Niistä vanhanaikaisessa Saksassa ei ollut kuultukaan.

BMW:ssä oli noudatettu saksalaista tapaa valita työntekijöiden edustajia yhtiöiden johtoelimiin, mutta siitä luovuttiin, mikä rai-kasti kokousten ilmapiiiriä.

Eipä kulunut aikaakaan ennen kuin saksalaiset alkoivat pelätä työpaikkansa menettämistä. Tehtaan lattialta ei kuulunut enää nurinaa, vaan työn humina ja pauke. Oli vihdoin päästy yhteen suomalaisjohtajien päätavoitteeseen: työvoima oli saatu joustavaksi.

Sen turvin oli helppo lopettaa muikin ammattiyhdistyskohelus. Suomalaiset ilmoittivat tylysti, että ellei tämä kelpaa, BMW panee pillit pussiin ja muuttaa Kiinaan tai Intiaan. Kyllä niissä paikoissa työ maittaa.

**LEIKKAAMISEN ANSIOSTA** BMW:n tuottavuus kohosi kaikkien aikojen huippuunsa. Siitä tuli maail-

man talouslehtien Darling. Käsitettä ”Flying Finnish Management” toisteltiin ihastuksella työntantajien parissa ympäri maailmaa. Huippukonsultit kirjoittivat suomalaisten FFM-johdantavoista kirjoja.

**Autotehdasta alkoi vaivata selittämätön huono-onnisuus.**

**Tässä vaiheessa suomalaisjohtajista terävimmät kuittasivat miljoonaoptionsa.**

Kirjat kuitenkin unohtuivat, kun autotehdasta alkoi vaivata selittämätön huono-onnisuus. BMW-autot pysähtelivät tien poskeen, niiden vaihdelaatikot paukahtelivat ja rohisivat. Sähkölaitteet joutuivat helposti epäkuntoon, ja ikkunat juutuivat auki pakkasilla. Koskaan ei tiennyt, lähteekö auto käyntiin vai ei.

Sensaationhakuiset lehtimiehet alkoivat kirjoittaa, että BMW:n myynti romahtaa, vaikka se oli

vielä äsken tähtituote.

Tässä vaiheessa suomalaisjohtajista terävimmät kuittasivat miljoonaoptionsa ja häipyivät kuka minnekin. Yksi perusti tanssikoulun Kokkolaan, toinen avasi kahvilan Mynämäellä, ja menipä muuan paksu poika Argentiinaan saakka Mendozan viinejä maistelemaan. Loput jäivät antamaan vaikeaselkoisia lausuntoja.

Suomalaisjohtajien kärkimies selvitti BMW:n tilaa lehdistötiedotteessa sanomalla, että ”digitaalissa ja globaalissa toimintaympäristössä ja kiristyvässä kilpailussa kansalliset rajat hämärtyvät eikä kärkihankkeiden betonoiminen aina onnistu”.

**MUTTA EI HÄTÄ** ollut tämän näköinen. BMW:n omistajat kutsuivat uuden suomalaisten huippujoukon paikalle. Siihen kuului taloustieteen tohtoreita ja MBA-tutkinnon suorittaneita sekä erityisesti brändimyynnin asiantuntijoita.

BMW:n omistajien helpotukseksi he näkivät heti, että vika on hintakilpailukyvyssä. Heidän diagnoosinsa oli, että tuotteen hintoja on halpuutettava eikä siihen ole muuta ratkaisua kuin tuotantokustannusten karsiminen.

Muuan konsultti betonoi asian sanomalla televisiossa, että ”yksi plus yksi on kaksi eikä kolme”.

Sitä puhetta kaikki ymmärsivät. Uusi suomalaisryhmä otti iskulauseekseen sen, että ”emme voi jättää velkaista BMW:tä tuleville sukupolville”.

Vaikka nämä suomalaisjohtajat tekivät mitä tahansa temppejuja, he eivät enää onnistuneet yhtä aikaa karsimaan tuotantokuluja ja tekemään kaupaksi meneviä autoja. Vihdoin he antoivat periksi ja päätyivät ehdottamaan, että omistajat myisivät BMW:n tuotannon halvemmän työvoiman maahan.

Sopimus syntyi Intian suurimman autotehtaan Tata Motorsin kanssa. Se sai halvalla BMW:n nimen.

Aluksi se alkoi valmistaa autoja BMW-Tata-nimellä, mutta pian autoista tuli pelkkä Tata, koska nimellä BMW ei ollut enää lisäarvoa. Kansan suussa autojen nimi vääntyi Tatsariksi. Entisistä BMW:n tehtaista Saksassa tehtiin pakolaiskeskuksia ja kierrätystoreja. Demarista tuli Tatsari.

Sen pituinen se.

*Kirjoittaja on vapaa toimittaja.*