

A GM „eISAABta” magát?

A General Motors minden téren veszített a Saabbal. És ez egy igen fontos kérdést vet fel: ha a GM-nek 12 év sem volt elég arra, hogy felfuttasson egy kis autómárkát, akkor talán jobban járt volna a Saab nélkül?

A Saab 2002. évi értékesítése várhatóan kevesebb, mint 125 000 autó – ez még annál is kisebb szám, amennyit 1989-ben gyártottak, amikor a General Motors először szerzett részesedést a vállalatban. Azóta a Saab folyamatosan elmaradt a kitűzött értékesítési céloktól, és nem mindig tudta időben bemutatni új típusait. Az elmúlt 12 évből a vállalat csak kettőben tudott profitot termelni. A General Motors veszteséges leányvállalata bejelentette, hogy alkalmazottainak 20%-át elbocsátja (ez körülbelül 1300 állást jelent). Az intézkedés része annak a folyamatnak, melynek célja a pénzügyi helyzet javítása. Egyes elemzők 500 millió eurós üzemi veszteséget prognosztizálnak. A Saab a veszteségeket az új 9-3-as modell piaci bevezetésének költségeivel és a trollhattani fő üzem beruházásaival magyarázza. A Saab vezérigazgatója, Peter Augustsson nem válaszolt arra, mikorra várja, hogy a vállalat nyereséges lesz, és úgy gondolta, hogy a Saab jelentős veszteséget kénytelen elkönyvelni. Az újraszervezési terv neve Viggen (mennydörgés) lett, hogy ezzel is hangsúlyozzák, mennyire fontos és sürgős a GM-nek, hogy a Saab helyzetét rendezze. De a Saab legújabb kori történelmében semmi sem utal arra, hogy ez a terv más lenne, mint az eddigiek – vagyis egy újabb kis helyre lokalizált tűzharc. A Saab már túl sokszor eljutott eddig – de tovább nem. A Saab drámája két kellemetlen kérdést is felvet a gyártó

hosszú távú jövőjével kapcsolatban. Egyrészt: szüksége van a világnak a Saabra? Ha a válasz igen, még akkor is nagyon találó a második kérdés: a General Motors a megfelelő gazda a svéd márka számára? A Saab alkalmazottai, a beszállítók és a dílerek is egyértelműen azt szeretnék, ha a gyártó kilábalna ebből a krízisből. De talán már ideje lenne, hogy a GM szembesüljön a valósággal, hogy mi is történt a piacon az elmúlt két évtizedben. A termékfejlesztés és a gyártás folyamata ma már mindegyik autógyártónál hasonló. A legjobb és a legrosszabb közti különbség alig észrevehető – nem úgy, mint 20–25 éve – és a vevők tudják ezt. Az eredmény az, hogy most az egyes gyártók azért harcolnak, hogy „márkának” tekintsék őket. Ezzel magyarázható a magasabb árfekvésű autót gyártók eladásainak feltartóztatathatlan növekedése az elmúlt évtizedben. Világszerte soha nem volt még nagyobb igény Audi, BMW, Ferrari, Jaguar, Lexus, Mercedes-Benz vagy Porsche márkájú autók iránt. De a Saab nem tartozik közéjük. Túl nagy ahhoz, hogy egy különleges piaci részt betölthessen, de túl kicsi ahhoz, hogy jelentős termelő legyen. A Saab kis létszámú, de a márkához lojális vevőkörrel rendelkezik, de ők nincsenek ahhoz elegenden, hogy a Saabot egy erős kereskedelmi vállalattá tegyék.

A Viggen-terv persze nem jelenti azt, hogy a Saab befejezi az új modellek kifejlesztését. Sőt, az új, Opel Vectra alapokra épülő Saab 9-3-as modell bevezetésével a gyártási volumen 2003-ban 135 000 darabra szeretnék felfuttatni. Ami még mindig nem elég, mivel Peter Augustsson szerint a megfelelő mértékű profit eléréséhez legalább 200 000 autót kellene gyártani.

A General Motors azonban úgy tűnik, megtalálta a megoldást. Ugyanis január elején bejelentették, hogy az Opelt és a Saabot közös irányítás alá helyezik. Ez egész pontosan azt jelenti, hogy a Saab eddig önálló gyártmányfejlesztését és gyártását a Opel azonos műveleti egységeivel

összevonják, tehát gyakorlatilag a 2 európai GM-leányvállalatnak egy közös európai szervezete lesz. A jövőben ez egy erős együttműködést fog hozni a 2 gyártó között – például a Saab besegít az Opel termékeinek fejlesztésébe és gyártásába, illetve fordítva.

Mike Burns, a GM európai gyártásának vezetője szerint idén az Opel és a Vauxhall márkák újra nyereségesek lesznek, de a Saab veszteségei ezt ellensúlyozzák. A GM Europe másik két márkájánál a szellemi munkaerő 10%-át bocsátották el az utóbbi 2 évben, és ezért idén már nem várhatók további leépítések. „A nagy leépítéseket általában már elvégeztük, kivéve a Saabot. Idén újabb 5–6%-os leépítést szervezünk, természetes lemorzsolódás, korai nyugdíjazások és átszervezések által, amiket már tavaly is felajánlottunk” – mondja Burns. A márka az új típusok fejlesztésével is sok pénzt veszített. A GM Europe piaci részesedése a 2001-es 9,25%-ról 8,8%-ra csökkent Nyugat- és Közép-Európában, részben az Opel fő piacának számító Németországban tapasztalt gyenge értékesítési eredményeknek köszönhetően. Burns szerint azonban 2003-ban, pár új modell bevezetésével (Opel Vectra Sedan, Opel Meriva) a piaci részesedés újra 9% fölé nőhet.

És végül egy eretnek gondolat: a Daewoo és esetleg a Fiat bekebelezése után a GM talán jobban működne a Saab nélkül. A részvényesek valószínűleg örülnének, ha egy problémával kevesebbet kellene megoldaniuk. A GM-től való leválás (aminek most, az Opellel való összefonódást követően még kevesebb az esélye, mint eddig) természetesen nem kell, hogy a Saab megszűnését jelentse. A márka – bár hírneve megfakult – egyértelműen eladható, potenciális vevőjelöltekben (Toyota, PSA) nem lenne hiány. A General Motors pedig például megvehetné helyette a Fiat-hoz tartozó Alfa Romeót.

Sajtókommentárok alapján összeállította: Onódi Gábor