

KESKILUOKKAISTUVA KANSA NOUSEE KUMIPYÖRILLE

AUTOISTUMINEN SUOMESSA 1960-LUVUN ALUSTA 1980-LUVUN LOPULLE

Suomen historian pro gradu- tutkielma

Historian ja etnologian laitos

Jyväskylän yliopisto

Syyskuu 2006

Antti Humalamäki

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty	Laitos – Department
Tekijä – Author	
Työn nimi – Title	
Oppiaine – Subject	Työn laji – Level
Aika – Month and year	Sivumäärä – Number of pages
Tiivistelmä – Abstract	
Asiasanat – Keywords	
Säilytyspaikka – Depository	
Muita tietoja – Additional information	

SISÄLLYS

1. JOHDANTO.....	1
1.1 Autoistuminen yhteiskunnan hyvinvoinnin peilaajana.....	1
1.2 Lähteet.....	7
2. SUOMALAISEN HENKILÖAUTOKANNAN OMINAISPIIRTEET	9
2.1 Auton hankinta tulee mahdolliseksi yhä useammille.....	9
2.2 Pienten autojen maa	17
2.3 Kotimainen auto	19
2.4 Paketti- ja lava-autot henkilöauton korvikkeina	20
2.5 Japanilaisten autojen nopea suosion nousu.....	22
2.6 Itä-autot jäivät länsiautojen varjoon	23
2.7 Maahantuojien sekä piirimyyjien organisoituminen ja muuttuminen	24
3. AUTOMAINONNAN KEHITTYMINEN	30
3.1 Saatavuuden ja ärhäkkyuden aika.....	30
3.2 Taloudellisuuden ja käytännöllisyyden aika.....	34
3.3 Tehon ja yritysautoilun aika.....	40
3.4 Mielikuvat auton valinnan ohjaajina.....	42
4. HENKILÖAUTOKANNAN JA MYYNNIN KEHITTYMINEN SUOMESSA VUOSINA 1961–1989	47
4.1 Henkilöautojen kokonaislukumäärä.....	47
4.2 Johtavat automerkit Suomessa ja niiden valmistusmaat	57
4.3 Vuosittaisten ensirekisteröintien kolme myydyintä merkeittäin ja malleittain .	61
5. SUOMALAISTEN SUOSIKKIAUTOJA.....	63
5.1 Suosikit tilastojen kärjestä	63
5.2 Datsun kestää	65
5.3 Fiat - Petojen sukua.....	69
5.4 Ford - Neljä kirjainta joihin voi luottaa	71
5.5 Lujaa laatua Lada	74
5.6 Opel - Nyt ja tulevaisuudessa	78
5.7 Saab - Se varma kotimainen.....	82
5.8 Toyotalla Suomi kulkee	84
5.9 Volkswagen - Paras ajaa varmasti	90
6. PÄÄTÄNTÖ	94

LÄHTEET	98
LIITTEET.....	102

1. JOHDANTO

1.1 Autoistuminen yhteiskunnan hyvinvoinnin peilaajana

Tutkielman aiheena on selvittää suomalaisen autokannan kehittymistä 1960-luvun alusta lähtien aina automyyntiin huippuvuosiin 1980-luvun loppuun saakka. Ajallinen rajaus perustuu siihen, että nuo kolme vuosikymmentä olivat lähes yhtämittaista autoistumisen kasvun aikaa. Autojen vapauttaminen tuontisäännöstelystä johti autokannan reippaaseen kasvuun, joka huipentui 1980-luvun lopun taloudellisesti hyvin menneisiin vuosiin.

Autoistumisen voi määritellä autollisten kotitalouksien osuuden muuttumisena mutta myös laajempänä ilmiönä, jossa autojen määrän kasvu vaikuttaa koko yhteiskuntaan ja sen rakenteeseen. Suomessa autoistuminen alkoi 1960-luvulla, ja moni silloin työväen- tai keskiluokkaan kuulunut palkanttija aloittikin autoilun. Tätä ennen yksityisautoilu oli harvinaista, sillä teillä liikkui enimmäkseen ammatikseen ajavia. Autoistumisen voi myös katsoa alkaneen jo ennen Suomen itsenäistymistä ensimmäisen auton tultua 1800-1900-lukujen taitteessa Suomeen. Autokauppa organisoitui, autot yleistyivät ja lainsäädäntö alkoi sopeutua uuden keksinnön myötä 1920-luvulta lähtien aina talvisotaan saakka. Sodan syttyminen kuitenkin pysäytti orastavan kehityksen, tuhosi melkoisen määrän Suomen ajoneuvokalustosta ja aiheutti sodan jälkeisen säännöstelyn, jonka ollessa voimassa Suomi alkoi kärsiä autopulasta.¹ Autopulan ja yhteiskunnan taloudellisen kasvun seurauksena alkoi Suomen varsinainen autoistuminen, joka koski tällä kertaa kaikkia yhteiskunnan luokkia.

Auton 1950-luvulla omistanut työmies oli harvinaisuus, mutta tilanne muuttui seuraavana vuosikymmenenä merkittävästi elintason kohotessa ja yhteiskunnan hyvinvoinnin jakautuessa aiempaa tasaisemmin.² 1960-luvulta alkaneen kehityskaaren voidaan katsoa jatkuneen pari seuraavaa vuosikymmentä ja osittain senkin jälkeen. Autoa yksinkertaisesti opittiin käyttämään eikä edes polttoaineiden ja yleensäkin autoilun kustannusten huomattava hinnan nousu pysäyttänyt tätä tottumisprosessia, jossa Suomi muiden länsimaisten teollisuusmaiden tapaan eli ja elää yhä.³ Tämän sodanaikaisen säännöstelyn jälkeisen ajan U.E. Moisala on määritellyt `autokaupan ja korjaamotoiminnan yhteiskunnallistumisen sekä altavastaamisen ajaksi`, jolle ominaista oli autokaupan tempoilevuus, varautu-

¹ Moisala 1983, s. 8-14.

² Mauranen 2001, s. 48-50.

³ Summala 2001, s. 224-225.

minen vapaampiin kilpailuolosuhteisiin sekä ohjattu autovastaisuus. Tämän ajanjakson hän rajaa vuosien 1962 ja 1973 välille, jonka jälkeen alkoi ajanjakso, jota Moisala luonnehti käyttäjälähtöisyyden ajaksi.⁴ Käyttäjälähtöisyyden ajalle merkittävää olivat muun muassa valtion ja autokauppiaiden yhteistyön ja toimintasääntöjen löytyminen. Asiassa merkittävän aseman sai tehokkaaksi organisoitunut Autotuojat Ry ja vuonna 1974 perustettu Autoalan Tiedotuskeskus.⁵ Suomalaisen autokaupan historiaa leimaakin yleisesti voimakas organisoituminen. Moisalan teos päättyy vuoteen 1983, joten tämän jälkeisen ajan määrittely jää muiden tehtäväksi. Itse määrittelen tuon 1980-luvun puolivälistä alkavan ja vuoteen 1990 saakka kestäväen ajanjakson nousukaudeksi, koska automyynti teki siinä useampaan kertaan myyntiennätyksensä ja Suomen talouselämä eli vahvaa noususuhdannetta.

Suomen tasapainoilu idän ja lännen vaikutuspiirien välissä oli voimakasta toisen maailmansodan jälkeen. Tämän tasapainoilun jäljet näkyivät koko yhteiskunnassa, mutta myös autoistumisen saralla niin autokannan kehityksessä kuin autoistumisajankohdassa. Vielä 1950-luku oli ollut itäautojen⁶ ”kulta-aikaa” – olihan niitä saanut paremmin kuin länsiautoja⁷. Tälle ilmiölle voidaan hakea selitystä valuuttapaon estämisestä ja voimakkaasti kehittyneestä, sotakorvauksien myötä perinteeksi muodostuneesta bilateraalista⁸ idänkaupasta⁹, josta ensimmäinen mediaa suuremmin kiinnostanut tapahtuma 1960-luvun alussa oli puolustusvoimien Neuvostoliitosta hankkimat GAZ-autot¹⁰.

Uusien henkilöautojen tuontisäännöstelyn purkautumisen jälkeen vuonna 1962¹¹ Suomi alkoi autoistua vauhdilla aiempina vuosikymmeninä patoutuneen autojen kysynnän seurauksena. Tuontisäännöstely ei tuohon aikaan ollut ainoastaan suomalainen ilmiö¹², vaan esimerkiksi Ranskassa tuontisäännöstelyllä suojeltiin omaa autoteollisuutta. Suo-

⁴ Moisala 1983, s. 8.

⁵ Moisala 1983, s. 266–276.

⁶ Itäautoilla tarkoitetaan entisistä neuvostoblokin maista maahamme tuotuja useita eri automerkkejä, mutta joista vain muutamat pääsivät kansan todelliseen suosioon tarkasteltavalla aikavälillä.

⁷ Laitinen 1997, s. 231.

⁸ Bilateraalissa kahden maan välisessä kaupankäynnissä valuutta kytkeytyi jonkin maan, lähinnä Neuvostoliiton tai muun Itä-Euroopan maan, kanssa tehtävään kauppaan, jolloin Suomen Pankki irrotti kyseisestä valuutasta tietyn osan esimerkiksi autojen tuontiin. Lisää aiheesta mm. Moisala 1983, s. 201–203.

⁹ Idänkaupasta lyhyesti mm. Lauri Haataja, s. 184–185. Teoksessa Suomen historia 8. Paasikiven ja Kekosen aika.

¹⁰ Ojanen 2002, s. 8.

¹¹ Asetuskokoelma 1961, asetus 614.

¹² Ojanen 2002, s.8; Sedgwick 1991, s. 9.

nessa ilmiö liittyi toisen maailmansodan jälkeiseen säännöstelypolitiikkaan. Säännöstelyn ensisijainen tarkoitus oli säästää polttoaineita ja välttää riippuvuutta muista maista.¹³ Säännöstely kuitenkin jatkui vielä sodanajan jälkeenkin raskaitten sotakorvausten vuoksi. Ylellisyydeksi katsottujen henkilöautojen tuonti säilyi säännöstelyn piirissä vielä varsin pitkään sodan jälkeen, 1960-luvulle saakka. Toki autojen lisensoitua tuontia oli jo asteittain purettu, mutta vasta uuden autoveron käyttöönotto 13.7.1962 ja lisenssiviraston ilmoitus mahdollisuudesta ylittää globaalit tuontikiintiöt mahdollistivat voimakkaan autokannan kasvun ja autonhankinnan kansan enemmistölle.¹⁴

Kansainvälisesti katsoen Suomen autoistuminen osui melko myöhäiselle ajanjaksolle, sillä esimerkiksi Ruotsissa 1960-luvulla autot olivat paljon yleisempiä kuin Suomessa.¹⁵ Taustavaikuttimina¹⁶ säännöstelyn purkamiselle oli samaan aikaan vallitseva taloudellinen noususuhdanne ja voimakkaasti nouseva autojen kysyntä¹⁷. Myös verotuspoliittiset kysymykset elivät voimakkaina autokeskustelun ympärillä, joista mainittakoon väliaikaiseksi suunniteltu 40–90 prosentin suuruinen autovero, jolla rajoitettaisiin suomalaisten ostointoa tuontisäännöstelyn purkauduttua.¹⁸ Autovero asetettiin 13. heinäkuuta 1962, mutta se sai jatkoa vielä samana vuonna.¹⁹ Autoverosta huolimatta autojen myynti kiihtyi ja autoja jonottaneet saivat vihdoin menopelinsä alleen. Suomen autoveropolitiikka oli kuitenkin etenkin 1960-luvulla melko tempoilevaa, sillä vuosina 1965–1967 autojen tuontia rajoitettiin verotuksen ja jopa maahantuontikiellon keinoin.²⁰

Henkilöautojen säännöstelyn vapautuminen vuonna 1962 ei tullut yllätyksenä, vaan pikemminkin se oli luonnollinen jatkumo keskiluokkaistuvan²¹ yhteiskunnan kehityksen ketjussa, jonka yhdeksi merkittäväksi arvoksi oli noussut vapaus. Henkilöautojen tuonnin

¹³ Moisala 1983, s. 130–140, 168–177.

¹⁴ Jääskeläinen 2005, s. 27.

¹⁵ Ojanen 2002, s.5; Bergholm 2001, s. 78–87.

¹⁶ Vaikutusta tuontisäännöstelyn purkamiselle on ollut myös Suomen liittymisellä oman sopimuksen kautta vapaakauppaliitto EFTA:n jäseneksi vuonna 1961. Lisää aiheesta mm. Moisala 1983, s. 231–232.

¹⁷ Laitinen 1997, s. 224.

¹⁸ Ojanen 2002, s. 13.

¹⁹ Asetuskokoelma 1962, asetukset 370, 371 ja 753.

²⁰ Kastemaa 1984, s.8; Ojanen 2002, s. 25–26, 28–29.

²¹ Keskiluokkaistuvassa yhteiskunnassa vanhat luokittelevat roolit jäivät uusien aatteiden ja massakulttuurin taakse. Hyvinvoinnin leviäminen ja tasaisempi jakautuminen mahdollistivat uusien kulttuurin alakulttuurien synnyin, kuten myös autoilukulttuurin. Lisää tietoa keskiluokkaistumisesta, sosiologisista muutoksista sekä ilmiöistä ja yhteiskuntaluokista löytyy muun muassa Pierre Bourdieun tuotannosta: Bourdieu 1995, 1985.

vapauttamisen edellä lähes kaikki muut hyödykkeet olivat jo päässeet säännöstelyn piiristä, tieverkostoa oli kunnostettu liikkumisen vapautta ja vaivattomuutta ajatellen, televisiossa sallittiin mainonta, kaupunkien uudet lähiöt rakennettiin samalla vapauden innolla, kun nuoret lähtivät hakemaan elämää ja uudenlaisia ammatteja maaseudun ulkopuolelta. Autokauppiat tiesivät vapautuvasta autokaupasta ja alkoivat valmistautua monin eri tavoin autokaupan uuteen aikakauteen.

Länsimaisen liikkumisenvapauden ihannoiti ei voinut olla näkymättä toiveissa laajentaa ja rakentaa maantie- ja moottoritieverkostoa. Aivan kuten vapauden aatteen tilauksesta myös henkilöautot olivat yleistyneet sitä vauhtia, että säännöstely alettiin kokea turhaksi hidasteeksi yhteiskunnan tehokkaassa, tasa-arvoistuvassa ja optimistisessä muutosprosessissa.²² Auto alettiin kokea välttämättömyydeksi ja sen ympärille rakentuva uudenlainen yhteiskuntarakente niin maalla kuin kaupungeissakin alkoi ruokkia entisestään auton tarvetta. Esimerkiksi vähittäiskaupan muuttuminen itsepalveluun ja kaupunkien laitojen marketteihin oli perusteltu syy lisätä autoilua. Ei siis ihme, että nopeasti yleistyivät autot herättivät tunteita, jotka osittain muuntuivat myös asenteiksi joko auton puolesta tai vastaan.²³

1960-luvulla heräsi joukko autojen vastustajia, joista ehkä merkittävin ryhmittymä Enemmistö Ry vaati autojen pakkovalan alasajoa vedoten saasteisiin ja teiden aiheuttamiin maisemamuutoksiin²⁴. Tämä autovastainen ilmiö on yhdistetty voimakkaasti ajan yleiseen uusvasemmistolaisuuteen ja opiskelijaradikalismiin, joka ihannoi muutoinkin länsimaista vapauden arvostusta ja yltiöoptimismia, mitä toisaalta myös yksityisten ihmisten autoistuminen Suomessa ilmensi omalta osaltaan.²⁵ Vastailmiönä autoilun vastustajille olivat kannattajat, jotka Autoliiton edeltäjän Moottoriliikenteen Keskusjärjestö Ry:n johdolla seisauttivat liikenteen Suomessa pariaksi minuutiksi vastalauseeksi autoilun verotuksen johdosta.²⁶

Nopea autoistumiskehitys ei rajoittunut ainoastaan tuontiin, vaan myös tieverkostoa²⁷ ja autot alkoivat kehittyä kiihtyvällä tahdilla 1960-luvun aikana.²⁸ Toisaalta tieverkoston kehittyminen alkoi hidastua jo 1970-luvulla ja tiehankkeiden merkittävimmät saavutukset

²² Kastemaa 1985, s.8. Seppinen 1992, s. 155–159, 167; Kivistö 2000, s. 91.

²³ Vähäkangas 2000, johdanto; Kivistö 2000, s. 92–93; Terho 2000, s.106–108.

²⁴ Lisää aiheesta mm. Moisala 1983, s. 251–256.

²⁵ Virrankoski 2001, s. 237–239.

²⁶ Laaksonen 1994, s. 72.

²⁷ Aiheesta lisää mm. Suomen tieyhdistys 1977; Laitinen 1997; Seppinen 1992.

²⁸ Ojanen 2002, s.3 esipuhe.

ajoittuivat suuren autoistumiskehityksen ensiaskelille.²⁹ Itäautojen myynti ei enää 1960-luvulta lähtien kasvanut länsimaisten ajoneuvojen suosion tapaan, vaan suomalaiset mieltivät enempi eurooppalaisiin ja japanilaisiin ”henkilövaunuihin”³⁰, vaikka myös itäautojen suosio jatkui vielä vuosikymmenien ajan kohtuullisena. Autoistuminen ja autojen lukumäärä jatkoivat kasvuaan seuraavilla vuosikymmenillä. Auto toi uutta elintasoja ja toisaalta ilmensi sitä. Auto alettiin kokea nykyaikaisen ihmisen oikeudeksi – ainakin auton puolustajien piireissä.³¹ Samanaikaisesti Suomi vaurastui ja keskiluokkaistui 1970- ja 1980-luvuilla.

Autoistumiskehitykseen pyrkivät vaikuttamaan järjestöjen ohella myös päättäjät ja niinpä myös 1970-luvun alussa autojen jatkuvasti kasvavaa tuontia pyrittiin tyrehtyttämään veropoliittisin keinoin.³² Ajoittain autoalalla koettiin taantumia, mutta kokonaisuutena autoala eli noususuhdannetta aina 1980-luvun loppuun saakka. Ajanjakson hätkähdyttävien tapahtumien joukosta oli maailmanlaajuinen energiakriisi marraskuussa 1973, joka sai Suomessakin päättäjät reagoimaan koettua uhkatekijää vastaan.

Autoilu on myös puhuttanut suomalaisia koko ajanjakson aikana erilaisin teemoin. Liikenneturvallisuus huolesti jo ennen varsinaista autoistumiskautta 1950-luvulla, jolloin TALJA eli Tapaturmantorjuntayhdistys Ry sai liikenneturvallisuustyön vastuulleen. 1960-luku ja 1970-luvun alku olivat liikenneonnettomuuksien kannalta synkkää aikaa teiden parantuessa ja autojen huippunopeuksien noustessa, mikä herätti voimakkaan keskustelun turvavöistä – niiden hyödyistä ja haitoista. Myös vapaista nopeuksista luopuminen oli erittäin polttava kysymys.³³ Nopeusrajoituksia³⁴ oli kokeiltu jo vuonna 1962 ja se vakuuttikin monet liikenneturvaa kannattaneet ja teiden kurinpalautusta vaatineet parimmuudellaan. TALJAN ohella myös lehdistö pyrki hillitsemään onnettomuuksia erilaisin kampanjoin, mutta melko huonolla menestyksellä.³⁵

Öljykriisin jälkeistä aikaa aina 1980-luvun puoliväliin saakka leimasi joukkoliikenteen tulevaisuuden hyväksyminen sekä teknologiaoptimismin vähentyminen. Kovin into hankkia autoja oli taakse jäänyttä aikaa, mutta silti autokauppa kävi ja autosta tuli elintasonmittari samalla, kun autottomien talouksien määrä väheni edelleen. Yhteiskunta

²⁹ Laaksonen 1994, s.84.

³⁰ Autoista käytettiin vanhaa henkilövaunu-nimikettä vielä joissakin 1950-luvun automainoksissa.

³¹ TM 18/1970, s. 26–29. Klaus Bremerin artikkeli.

³² Kastemaa 1984, s. 8.

³³ Seppinen 1992, s. 169.

³⁴ Lisää nopeusrajoituksista mm. Moisala 1983, s. 293–294.

³⁵ Ojanen 2002, s. 22–23.

panosti liikenneturvallisuuden parantamiseen ja teiden rakentamisessa keskityttiin moottoriteiden sijaan pienempien teiden rakentamiseen ja kunnostamiseen. Samaan aikaan lähiörakentaminen voimistui edelleen, automarketit yleistyivät ja rannat alkoivat täyttyä kesämökeistä, jonne yhä useammat perheet kulkivat henkilöautoilla kesäviikonloppuisin rentoutumaan. Myös teollisuuden kuljetukset kasvoivat, mikä tarkoitti myös melko nopeasti entistä ruuhkaisempia pääteitä.

Seuraavan vuosikymmenen puolivälistä alkanut voimakas taloudellinen noususuhdanne sai valtion kuitenkin painottamaan tiehankkeissaan tukkoisia valtavyliä ja myyntilukujen kasvaessa autosta tuli viimeistään 1980-luvun lopulla itseäänselvyys ja osa suomalaisten arkielämää. Ympäristökysymykset olivat tuolloin aiempaa merkittävämmässä roolissa, sillä 1980-luvun lopussa ensimmäiset katalysaattorilla³⁶ varustetut autot olivat jo myynissä ja jo 1990-luvun alusta alkaen kaikkien bensiinikäyttöisten autojen tuli olla vähäpäästöisiä katalysaattoriautoja. Samaan aikaan automyyntin ja yhteiskunnan taloudellisesti hyvät ajat väistyivät.³⁷

Tutkielman tärkein tavoite on löytää suomalaisten suosikkiautoja ja etsiä niiden suosiolle syitä. Lisäksi tutkimuksen tehtävänä on antaa yleisluontoinen kuva autoistumisesta kyseisellä aikavälillä sekä selvittää, kuinka automainonta muuttui eri vuosikymmeninä. Tutkimuksessa tarkastellaan tilastoja hyväksikäyttäen autokannan lukumääräistä kehittymistä, autokannassa tapahtuneita muutoksia sekä myytyjen autojen merkki- ja valmistusmaakohtaista jakaumaa. Tilastojen perusteella selvitetään yleisluonteisesti, millaisilla henkilöautoilla suomalaiset ovat ajaneet kyseisellä ajanjaksolla. Lisäksi tutkimuksessa erotetaan tilastojen perusteella valikoituneita suomalaisten suosimia automerkkejä tarkempaan käsittelyyn, jossa haetaan merkin saamalle suosiolle tarkempia syitä ja perusteita. Näitä suosion syitä tutkimus selvittää tutkimalla autojen mainonnan ja markkinoinnin muutoksia sekä itse autoja tuotteina. Tutkimus selvittää, mikä teki tietyistä autoista ostamisen arvoisia.

³⁶ Katalysaattori sijaitsee auton pakoputkessa ja se puhdistaa merkittävästi auton pakokaasupäästöjä.

³⁷ Virrankoski 2001, s. 239–245.

1.2 Lähteet

Tutkimus pohjautuu pitkälti kvantitatiivisten tilasto- ja arkistolähteiden analysointiin ja aikakauden kahden merkittävän suomalaisen autolehden vuosikertojen tarkasteluun, joiden avulla tutkimukseni saa myös kvalitatiivisen näkökulman. Autolehtien avulla selvitän tilastojen taustalle kätkeytyviä ilmiöitä ja autoja ominaisuuksineen. Päälähteinä käytän **Suomen virallisia tilastoja**³⁸ ja **Autotuojat Ry:n** arkistosta löytyviä ensirekisteröintitilastoja sekä tänä aikana julkaistuja autoaiheisia aikakausilehtiä: **Tuulilasia**³⁹ ja **Tekniikan Maailmaa**⁴⁰. Alan aikakauslehtien merkitys autoja ja siihen liittyviä ilmiöitä tutkitessa on huomattavaa, sillä muun muassa Mediasidonnaisuus-tutkimuksen⁴¹ mukaan autolehdet ovat selvästi tärkein tietolähde autoista kiinnostuneille. Tärkeää on kuitenkin huomioida, että tutkimuksessa käytettyihin lähteisiin liittyy monenlaisia ongelmia, jotka on pyritty huomioimaan tutkimusta tehtäessä.

Suomen virallisia tilastoja tutkimalla selviää suomalainen autokanta merkeittäin ja maittain sekä autojen lukumääräinen kasvu. Autotuojien Helsingissä sijaitsevasta arkistosta puolestaan löytyvät tiedot merkki- ja mallikohtaisista rekisteröintitilastoista. Arkisto- ja tilastolähteiden avulla suomalaisten suosikkiautot on selvitettävissä. Tilastoja on kuitenkin tulkittava kriittisesti, sillä esimerkiksi autojen rekisteröintitilastot eivät osoita automerkkien suosiolle minkäänlaisia konkreettisia perusteita. Niistä ei myöskään näe sitä, että onko joku automalli oikeasti hyvä tai suosittu vai ostetaanko sitä vain esimerkiksi helpon saatavuuden vuoksi. Myös tuontitiedot eivät ole täydellisiä, sillä esimerkiksi ennen tuontisäännöstelyn purkua autoja laivattiin maahan yksityisesti ns. merimiesautoina, joita yksityiset henkilöt toivat ulkomailta myydäkseen ne voitolla kotimaassaan⁴².

³⁸ SVT-lähteet: Suomen liikennetilastolliset vuosikirjat ja Tilastokeskus Liikenne-kirjat.

³⁹ lyhenne TL. Tuulilasia on julkaistu vuodesta 1963. Alkuun lehti ilmestyi Suomen Kuvalehden liitteenä mutta yhdistyi vuonna 1973 Moottoriviesti-lehden kanssa, jonka jälkeen lehti on ilmestynyt noin 12 vuodessa. Tuulilasi on Suomen suurin autolehti.

⁴⁰ lyhenne TM. Tekniikan Maailmaa on julkaistu vuodesta 1953 ja lehti ilmestyi alkuun 12 kertaa ja sittemmin noin 20 kertaa vuodessa. Tekniikan Maailma käsittelee autojen lisäksi muitakin tekniikkaan liittyviä aiheita.

⁴¹ Mediasidonnaisuus 1998, s. 20.

⁴² Merimiesautoja eli maahan palkka- tai matkavaluutalla ostettuja uusia autoja saatettiin tuoda maahan tuhansittain joka vuosi säännöstelyn ajan. Vuonna 1959 toimintaa rajoitettiin ja merimiesautoja ei saanut

Eikä ollut tavatonta autojen salakuljettaminenkaan Ruotsista.⁴³ Ongelmia tilastolähteisiin voi aiheuttaa myös puuttuvat säännönmukaisuudet. Esimerkiksi se mitkä automallit laskeaan yhteen kuuluviksi ja mitkä erikseen sekä tilastoimistavan muuttuminen vuosien varrella, voivat aiheuttaa ongelmia tilastojen tulkitsemisessa.

Rajaukseni perusteella valitsen muutamat suosikkiautot tarkempaan käsittelyyn, jotta löytäisin autojen suosioille syitä. Tuulilasin, Tekniikan Maailman ja autokirjallisuuden avulla nuo suosion syyt on mahdollista löytää. Muutokset ”journalismikulttuurissa” voivat kuitenkin vaikeuttaa johtopäätösten tekemistä. Lehdistöä tutkiessa onkin tärkeää huomioida aikalaiskonteksti ja aikalaisten arvostukset. Esimerkiksi autojen ympäristöystävällisyyteen ei juurikaan kiinnitetty huomiota 1970-luvun artikkeleissa, kuten nykyään tehdään. Toisin sanoen arvosteluperusteet ovat muuttuneet muutamassa vuosikymmenessä aivan kuten itse tuotteetkin. Lehdistölähteisiin liittyy muitakin ongelmia, sillä esimerkiksi artikkelit ja raportit ovat usein vain yhden toimittajan omia näkemyksiä, jotka voivat erota ostavan yleisön käsityksistä. Huomionarvoista on myös se, että lähteeksi valitsemani autolehdet on suunnattu tietysti autoista kiinnostuneille ja sikäli esimerkiksi automainokset poikkeavat niissä todennäköisesti muissa aikakausi- ja sanomalehdissä samaan aikaan esiintyneistä. Martti Mäen automainontaa koskeneessa tutkimuksessa autolehtien mainokset olivat useammin luonteeltaan urheilullisia ja vauhdikkaampia kuin muissa tutkituissa lehdissä.⁴⁴

Olennainen seikka autoistumiskehitykseen liittyen on tutkia autojen mainontaa. Autojen mainonnan tutkimisessa suurena apuna on toiminut Martti Mäen tutkimus **Automainonnan olennaisista piirteistä**. Tutkimuksessaan Martti Mäki on käynyt läpi kolmelta eri vuodelta kaikkiaan kuuden eri lehden automainokset järjestään asettaen eri muuttujia aineistolle.⁴⁵ Aineiston koko oli yli 1000 mainosta ja muuttujia olivat lehden ohella muun muassa automerkki, mainoksen koko, kohderyhmä ja mainoksen viesti.⁴⁶ Tässä tutkimuksessa en kuitenkaan aio käydä automainoksia läpi yhtä järjestelmällisesti, vaan tyydyn autolehtien lukemisen yhteydessä nostamaan eri automerkkien ja aikakausi- en automainonnalle tyypillisiä piirteitä esiin ja peilaamaan niitä samalla itse autoihin,

enää tuoda uusina ja sama henkilö ei saanut enää tuoda kuin yhden auton kolmen vuoden välein. Suosittuja merimiesautoja olivat jonotetut Volkswagenit. Lisää aiheesta: Moisala 1983, s. 206–207.

⁴³ Ojanen 2002, s. 11.

⁴⁴ Mäki 1989, s. 15.

⁴⁵ Tarkasteluvuodet Mäen tutkimuksessa olivat 1980, 1986 ja 1987. Tarkasteltavat lehdet olivat Aamulehti, Helsingin Sanomat, Tekniikan Maailma, Tuulilasi, Seura ja Suomen Kuvalehti.

⁴⁶ Mäki 1989, s. 6-8.

mutta myös vallitsevaan yhteiskuntaan. Automainonnan lähteinä Tuulilasin ja Tekniikan Maailman lisäksi käytän automerkkikohtaiseen kirjallisuuteen valikoituneita automainoksia.

Varsinaista tutkimuskirjallisuutta aiheesta on vähän. Sen sijaan erilaista autokirjallisuutta on tarjolla varsin runsaasti. Monet teokset sisältävät varsin kattavaa tietoa autoistumisen vaiheista ja autoista tarkasteltavalta ajanjaksolta. Etenkin 1960-luvun autoista ja autoistumisesta on tehty useampiakin merkittäviä teoksia. Autokirjallisuuden joukko on varsin kirjavaa. Osa teoksista on kirjoitettu huumorilla höystettynä, ja osa on varsin asialinjaan pitäytyvää. Nämä seikat antavat oman haasteensa myös lähdekritiikin kannalta. Autokirjallisuudessa kirjoittajilla voi myös olla omia mieltymyksiä tiettyjä autoja kohtaan, ja toisaalta erilaisissa historiikkeissa kerrotut tiedot ovat usein varsin valikoituneita. Yleisten autokirjojen lisäksi tutkimus hyödyntää monia automerkkikohtaisia historiikkeja sekä internet-lähteitä, jotka osaltaan raottavat suosikkiautojen suosion perusteita.

2. SUOMALAISEN HENKILÖAUTOKANNAN OMINAISPIIRTEET

2.1 Auton hankinta tulee mahdolliseksi yhä useammille

Suomen autoistumista voidaan pitää nopeana ilmiönä, joka demokratisoi ihmisten liikkumismahdollisuudet. ”Herra-autoilun” aikakaudesta siirryttiin sangen nopeasti 1950-luvun lopulta alkaen ”perheautoilun” aikakauteen. Auto ei ollut enää 1960-luvulla kummajainen vaan saavutettavissa oleva unelma vapaasta liikkumisesta ja maailmankuvan avartamisesta.

Auton yleistyminen mahdollisti kaupunkien laajenemisen ja työmatkojen pidentymisen. Maaseudulle autot ja ”pikiet” olivat helpotus yhteydenpidon kannalta niin kaupunkeihin kuin muihinkin pitäjiin. Autot toivat useat palvelut entistä lähemmäksi yksittäistä kuluttajaa.⁴⁷ Uudet tiet ja autot eivät kuitenkaan vaurastuttaneet pohjoisen pieniä paikkakuntia, kuten asukkaat olivat toivoneet. Auto olikin osaltaan mahdollistamassa maalta poismuuton ja sen voimakkaan rakennemuutoksen, jossa elinkeinorakenne vaihtui agraarista palveluihin. Autolla oli merkitystä myös tiedon, kulttuurin ja aatteiden leviämisenopeuden kannalta.⁴⁸

⁴⁷ Hytönen 1993, s. 80. Mauranen 2001, s. 56–62.

⁴⁸ Silvasti 2001, s. 134–136.

Liikkumisesta tuli paljon vapaampaa kuin aiemmin ja autosta tuli vähitellen myös tärkeä statussymboli⁴⁹, jolla edustettiin niin itseä kuin perhettäkin ja sen hankintaa ei aina sanelleet järki ja tarve vaan myös tunteet. Toisaalta autoistuminen alkoi eriarvoistaa niitä, joilla ei autoa ollut. Autojen ehdoilla suunniteltiin yhä enemmän kaupunki-infrastruktuuria ja autot muuttivat ihmisten arkea yhä autoriippuvaisempaan suuntaan. Autoistumisen negatiiviset riippuvaisvaikutukset jäivät kuitenkin Suomessa monia muita maita pienemmiksi, sillä muun liikenteen merkitystä ei täysin unohdettu. Vaikka 1960-luvulla elettiin suurta, vapaan ja edistyksellisen, autoinnostuksen aikaa, niin esimerkiksi Helsingin keskustaan suunnitellun moottoritien rakentaminen sai voimakasta vastustusta ja siksi kaupungin keskusta päätettiin rauhoittaa liialta autoistumiselta. Suomalaisessa kaupunkisuunnittelussa huomioitiin autojen ohella myös kevyenliikenteen ja joukkoliikenteen säilyminen.⁵⁰

Vielä vuonna 1960 auton hankintaan täytyi liittyä työn tai harrastuksen vaatimukset.⁵¹ Muutamia vuosia myöhemmin auto voitiin hankkia jo pelkästään perheen ”iloksi ja yllepeudeksi”. Perheen olemassaolo lisäsi auton hankinnan tarvetta ja auton omistaminen oli yleisempää, mitä suuremmaksi ruokakunnan koko kasvoi.⁵² Autoistumisesta syntyikin uusi oma arjen ilmiö ”arjen alajärjestelmä”, jossa itse auto on ”johtava objekti”.⁵³ Autojen avulla alettiin peilata ihmisen taloudellista asemaa ja hyvinvointia sekä luoda vaistomaisesti mielikuvia, jotka elävät autojen maailmassa. Auton oletettiin kertovan jotain omistajastaan. Lisäksi, paitsi että auto demokratisoi liikkumista, se myös alkoi ohjata sosiaalista kanssakäymistä niin liikenteen sääntöjen ja merkkikielen⁵⁴ kuin autoiluun liittyvien maantieteellisten paikkojen avulla. Esimerkiksi monet autoihin liittyvät tarinat ja uskomukset ovat peräisin huoltoaseman kahviosta tai vaihtoautohallien perukoilta. Vaikka sinällään yksin autolla ajaminen onkin epäsosiaalinen tapahtuman ilmentymä, niin tuon vajeen täyttämiseksi auto on luonut omaa erikoislaatuista kulttuuriaan.

Autoon tottuminen on myös rapauttanut kilpailevien kulkuvälineiden tai harrasteiden suosiota. Oikeastaan auto on alkanut hallita ihmisten vapaa-ajan käyttöä ja kulutustottumuksia 1960-luvulta alkaen. Perheiden sunnuntaiajelut, nuorten perjantai-iltainen ”kortteliralli” ja kauppamatkat automarketeille ovat jotain sellaista, mitä ei vielä 1950-luvulla

⁴⁹ Hytönen 1993, s. 80.

⁵⁰ Rajanti 1999, s. 47–52.

⁵¹ Ojanen 2002, s. 6.

⁵² Öljjalan kustannus 1992, s. 8.

⁵³ Toiskallio 2001, s. 11–18. Johdanto.

harrastettu.⁵⁵ Autot olivat vielä 1960- ja 1970-luvuilla miesten maailmaa, vaikka ensimmäiset naisille suunnatut automainokset ilmaantuivatkin jo 1960-luvulla. Yleinen ajattelu alkuun oli, että mies ajaa ja nainen istuu kyydissä.⁵⁶ Vasta kakkosautojen yleistyminen ja naisten kasvava työssäkäynti sai yhä useammat naiset ratin taakse ja auton omistajiksi. Sukupuolirooleja ajatellen auton demokratisoiva vaikutus ei ole ollut yhtä voimakasta kuin esimerkiksi maantieteellinen vaikutus.

Uuden auton hankkineet on tilastoitu sosiaalisen aseman mukaan vuoteen 1965 saakka. Oheisessa taulukossa (*Taulukko 1.*) vertailen yksityiskäyttöön ostettujen autojen jakaumia. Vuonna 1960 ostetuista autoista 70,9 prosenttia meni yksityiskäyttöön, kun taas vuonna osuus oli kasvanut jo 82,8 prosenttiin.⁵⁷ Tilastojen perusteella toimihenkilöiden ja etenkin työntekijöiden osuus auton hankkineista kasvoi. Tämä kehityssuunta jatkui pitkälti 1970-luvulle ja 1980-luvulle asti autonhankintamahdollisuuksien parantuessa etenkin työväestön osalta. Eniten autoja 1980-luvun lopulla omistivatkin maa- ja metsätaloudessa sekä teollisuustyössä työskentelevät. Vähiten autoja oli niillä, joilla ei ollut ammattia lainkaan, mutta heidänkin osuus oli kasvanut.⁵⁸

Yksityiskäyttöön autoista:	1960	1965
Yrittäjille	46 %	28 %
Johtajille	4 %	3 %
Toimihenkilöille	32 %	36 %
Työntekijöille	9 %	21 %
Muut	9 %	12 %

Taulukko 1. Auton omistajat ammattiryhmittäin. (lähde: SVT 1961, s. 68; SVT 1966, s. 81. Yksityisautojen osuus on muutettu vastaamaan 100 %:a).

1960-luvun alussa henkilöauto löytyi vain noin joka kahdeksannesta ruokakunnasta, ja tässä suhteessa Suomi oli selvästi jäljessä läntisiä naapurivaltoja ja läntisen Euroopan vauraita valtioita. Toisaalta Euroopan eteläiset ja itäiset osat olivat vielä vähemmän au-

⁵⁴ TL 4/1982, s. 78–79. ”Lukijoilta uusia merkkejä”.

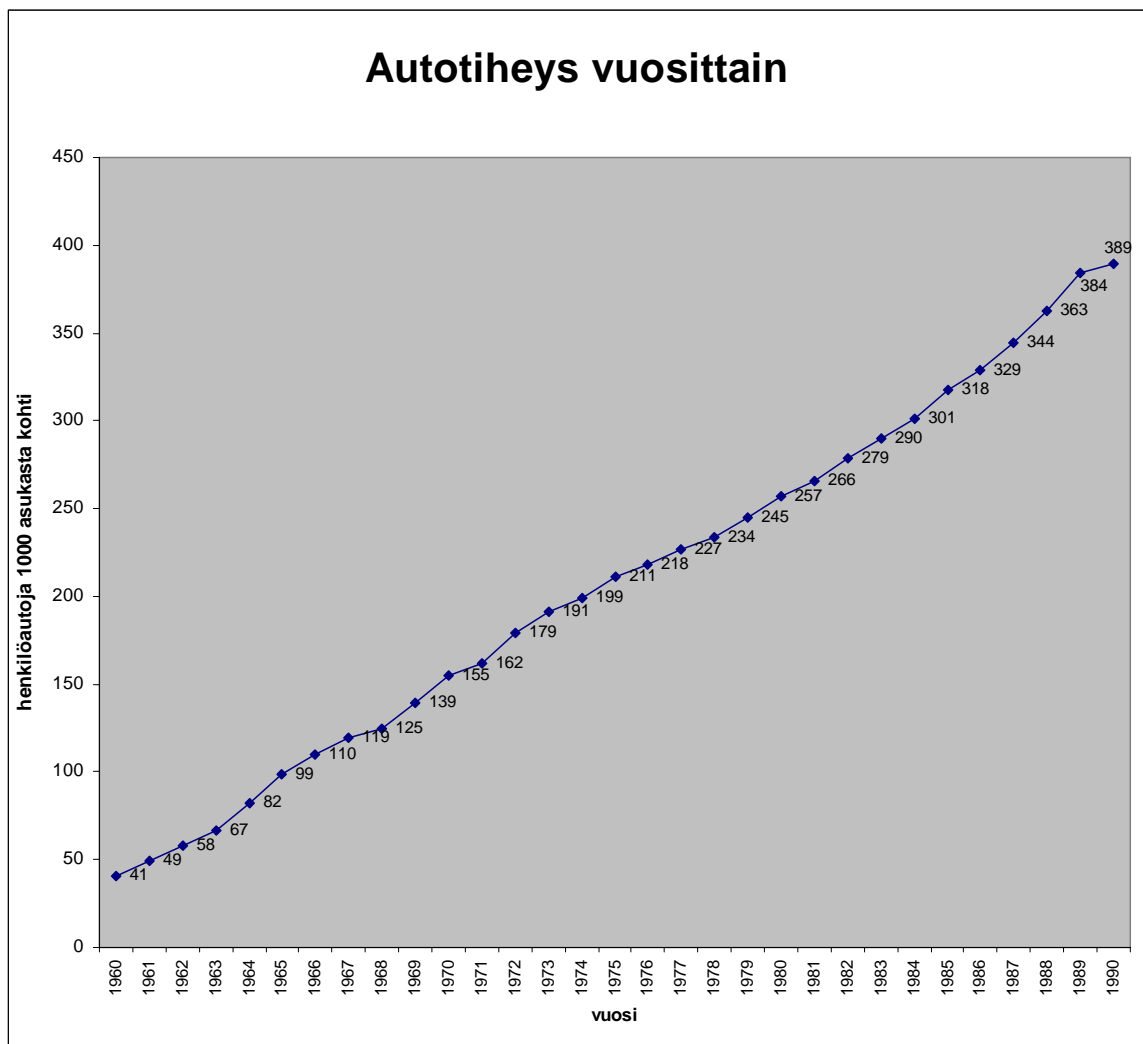
⁵⁵ Toiskallio 2001, s. 11–18. Johdanto.

⁵⁶ TM 12/1966, s. 50. ”Auto ja avioliitto eli takapenkillä istuvan aviovaimon ja autoa ajavan miehen puheenvuorot ajamisesta ja vauhdista”.

⁵⁷ SVT 1961, s. 68; SVT 1966, s. 81.

⁵⁸ Kulmala 1999, s. 16, 39–41.

toistuneita. Autokanta koostui pitkälti muutamista länsimerkeistä, vanhoista amerikkalaisista ja uudehkoista itäautoista ennen säännöstelyn purkua. Säännöstelyn purkaminen muokkasi autokantaa mutta ennen kaikkea autotiheys kasvoi selvästi. Oheisessa kaaviossa (*kaavio 1.*) on kuvattuna henkilöautojen yleisyys 1000 henkeä kohti. Kaaviosta voidaan havaita 1960-luvun puolivälin kasvun voimakkuus ja autokannan kasvun nopeus sekä 1980-luvun nousukauden kasvuaika. Autotiheys oli 1980-luvulla suurinta maaseutumaisissa taajamissa, missä joukkoliikenteen toimivuus oli huonompaa ja etäisyydet pitempiä.⁵⁹



Kaavio 1. (lähde: Öljyalan kustannus 1992, s. 37.)

⁵⁹ Kulmala 1999, s. 16, 39–41.

Uudet autot eivät vuonna 1960 olleet jokaisen ulottuvilla, sillä palkansaajan keskiansio oli noin 483 000 markkaa ja markkinoiden edullisimmat kääpiöautot⁶⁰ maksoivat yli 300 000 markkaa. Neuvostoliittolaisen Moskwitchin hinta tuolloin oli 545 000 ja länsisaksalaisen Volkswagenin 575 000 markkaa. Ei siis ihme, että ennen säännöstelyn purkua 60 000 – 80 000 markkaa maksaneet mopedit olivat auton korvikkeina vielä 1970-luvullakin.⁶¹ Palkansaajien 395 000 markan keskivuosiansioilla⁶² ei kuitenkaan vielä vuonna 1960 ostettu kääpiöautoa tai pientä Fiatia parempaa. Vastaavasti vuonna 1970 noin 8900 markan keskivuosiansiot⁶³ riittivät jo halvimpien länsiautojen hankintaan. Seuraavan vuosikymmenen alun noin 30 000 markan vuosiansioilla⁶⁴ pystyi hankkimaan Ladan, mutta yhden henkilön keskimääräiset vuositulot eivät vielä riittäneet uuteen Toyota Corollaan. 1970-luvulla autojen hinnat nousivat reilusti, jopa kolminkertaistuivat 10 vuoden aikana. Hintojen nousuissa oli suuria automallikohtaisia eroja, sillä esimerkiksi tietyt Renaultin mallit kallistuivat yli nelinkertaisesti, kun taas puolalaisen Fiat 125P:n hinta ei edes kaksinkertaistunut samaan aikaan. Hinnat vaikuttavat varmasti myös autojen saamaan suosioon ostajien keskuudessa. Siitä huolimatta, että autojen hinnat nousivat niin paljon 1970-luvulla, niin tietysti myös keskimääräinen ansiotaso nousi samaa tahtia autojen hintojen kanssa. Itse asiassa juuri Fiat 125P:n ja muiden itäautojen hintojen nousu oli maltillisempaa ja siksi ne tulivat yhä useamman ulottuville ja samalla vaihtoehdoksi käytetyille länsiautoille juuri 1970-luvun lopulla ja 1980-luvun alussa. Itäautoille syntynyttä hintaetua selittää osittain niiden tekninen kehittymättömyys.⁶⁵

Käytettyjen länsiautojen ja uusien itäautojen hinnat eivät enää 1980-luvun lopulla olleet suhteessa ansioihin niin kalliita, etteivätkö ne olisi olleet useimpien saatavilla. Ladan perusmallin hinta vuonna 1989 oli noin 32 000 markkaa, mikä oli vajaat puolet länsiauton hinnasta. Vuoden myydyimpään automalliin, nelioviseen Toyota Corollaan, pääsi 76 000 markan sijoituksella käsiksi.⁶⁶ Kaikkien palkansaajien keskivuosiansiot⁶⁷ olivat tuolloin noin 107 000 markkaa. Autojen hankintaa tarkasteltaessa on huomattava, että auton

⁶⁰ Tällaisia kaupunkiajokkeja edustivat 1960-luvulla mm. länsisaksalainen BMW Isetta ja 1970- ja 1980-luvuilla ranskalainen Ligier.

⁶¹ Ojanen 2002, s. 5-6.

⁶² SVT IV B 1960, s. 14.

⁶³ SVT IV B 1970, s. 21.

⁶⁴ SVT IV B 1980, s. 23.

⁶⁵ TL 9/1980, s. 42–45. ”Uusien autojen hinnat kolminkertaistuivat”.

⁶⁶ TL 7/1989, s. 86–87. Uusien autojen hintoja.

⁶⁷ Tilastokeskus ansiotasoindeksi 1990, s. 1.

hankinta oli koko ajanjaksolla huomattava investointi ruokakunnalle, sillä pelkkä autonhankintahinta oli vain osa autoiluun liittyvistä kokonaiskuluista⁶⁸. Jatkuva kehityssuuntaus oli auton yleistyminen edelleen naisten, nuorten ja vähemmän koulutettujen keskuudessa. Nuoret ajoivat autoa 1980-luvulla paljon, jopa muita ikäluokkia enemmän. Käytännössä 1980-luvulla tapahtuva autoistuminen johtui nuorten lisääntyneellä autoilulla ja pienituloisten parantuneilla mahdollisuuksilla ostaa auto. Käytettyjen autojen tarjonnan parannuttua entisestään useimmat alle 55-vuotiaat hankkivatkin autonsa käytettyinä, mikä saattoi olla taloudellisesti järkevä vaihtoehto.⁶⁹

Aivan uudet autot eivät olleet aivan kaikkien ulottuvilla vielä 1980-luvullakaan. Käytettyinä ne olivatkin hyvä ja edullinen vaihtoehto etenkin 1980-luvun lopussa, jolloin tarjonta oli runsasta ja hintataso matalalla. Harva kuitenkaan osti uuden tai käytetyn autonsa käteisellä, sillä koko ajanjaksolla merkittävin autonhankinnan rahoitustapa oli auto liikkeiden tarjoama osamaksukauppa. Osamaksukaupasta oli kuluttajan suojaksi säädetty laki jo vuonna 1966 ja korot olivat tiukasti elinkeinohallituksen ja autorahoituksen korkotaulukkoa julkaiseen Autoalan Keskusliiton valvonnassa. Osamaksukaupalla oli merkitystä kuluttajien ohella myös autoliikkeille, sillä niistä sai huomattavaa tuottoa automyynnin lisäksi. Muitakin vaihtoehtoja auton hankinnan rahoittamiselle oli, sillä 1970-luvulla pankit alkoivat varovaisesti mainostaa lainarahaa autoa tai kesämökkiä varten.⁷⁰

Vuonna 1983 alkoi muutosten aika, sillä korkokanta vapautui. Tätä ennen rahoitus korko oli seurannut tiiviisti Suomen Pankin korkoa. Autokaupan osamaksurahoitus alkoi saada yhä enemmän kilpailua pankeilta. Autoalan Keskusliitto tavoitteli vapautumisesta huolimatta vakautta ja pyrki pysäyttämään rahoitustuottojen laskun. Käytännössä Autoalan Keskusliitto vastusti korkokilpailua, joka oli tähän saakka pysynyt maltillisena ja tuottanut siten osan autokaupan voitoista. Autoalan Keskusliitto jäi kuitenkin taistelussaan häviölle kilpailun kiristyessä rahamarkkinoilla. Yksi merkittävä ”markkinahäirikkö” oli vuonna 1986 SKOP:n⁷¹ perustama Suomen Autoleasing Oy, joka osti autoja ja vuokrasi niitä pienille yrityksille. Tämä toiminta lisäsi kilpailua autokauppioiden korkokatteissa juuri kasvavan yritysausomyynnin puolella. SKOP oli aktiivinen myös kehittämään ja mainostamaan osamaksua rahoitusmuotona. Esimerkiksi vuonna 1989 SKOP mainosti

⁶⁸ Auton ylläpitämiseen liittyviä kuluja ovat polttoaineiden, vakuutusmaksujen, huolto- ja korjauskulujen lisäksi myös tiettyinä vuosina käyttömaksu sekä diesel-autojen käyttövoimaverot.

⁶⁹ Pirtala & Ernvall 1992, s. 42; Kulmala 1999, s. 95, 98–99.

⁷⁰ TM 8/1973, s. 160–161. KOP:n mainos.

⁷¹ SKOP oli 1980-luvulla Säästöpankkien keskusosake pankki.

Tekniikan Maailmassa Ferrarin kuvalla, josta puuttui palapelin pala. Tuo puuttuva pala oli tarjolla osamaksulla, jota mainostettiin nimenomaan helppona vaihtoehtona jupeille: ”*Voiko kunnan juppi maksaa osamaksulla?* Mainos vetosi vaivattomuuden ohella myös tunneperäisesti: ”*Mutta eikö juuri juppiuteen kuulu se, että ihminen tuntee rahan arvon?*”⁷²

1980-luvun loppu oli kuluttajalle edullista auton osto aikaa, sillä kiristynyt kilpailu, vapautuneet rahamarkkinat ja halpa ulkomainen lainaraha, jota pankit alkoivat tarjota myös autonhankintaa varten, suorastaan houkuttivat suomalaisia autokauppoihin. Lisäksi koko ajanjaksolla toimintaa säädellyt Elinkeinohallitus lakkautettiin ja Kilpailuvirastoa vahvistettiin. Autoliikkeet alkoivat kiristyneessä kilpailutilanteessa myydä autoja jopa korotta ja autonhankinta mahdollistui jälleen entistä useammille.⁷³ Autoja ostettiin 1980-luvulla yhä useammin myös pankin kulutuslainoilla. Kulutuslainoja oli vuonna 1987 noin 22 prosentilla suomalaisista ja yli puolet lainoista oli otettu autonhankintaa varten. Käytännössä siis pankin autolainaa oli yli 10 prosentilla ja keskimääräinen kulutuslaina oli 24 000 markan suuruinen. Suomalaisten kokonaisvarallisuudesta kulkuvälineiden osuus oli vuonna 1987 noin 7 prosenttia.⁷⁴ Liikennemenoihin suomalaiset käyttivät kokonaiskulutuksestaan vuonna 1985 noin 14–15 prosenttia, mikä tarkoitti rahassa yli 11 000 markkaa vuodessa. Autonhankinnan osuus tuosta summasta oli hiukan vajaat puolet.⁷⁵

Taulukkoon (*Taulukko 2.*) olen kerännyt suuntaa-antavia hintaesimerkkejä uusista henkilöautoista vuosilta 1960, 1970, 1980 ja 1990. Autojen hinnat ovat perusmallien verollisia hintoja ilman toimituskuluja ja varustemaksuja. Jotta autojen hintoja voisi vertailla ostokykyyn, laitoin kunkin vuoden keskimääräisen vuosiansion näkyviin. Valitsin vertailukohdiksi kaksi itäautoa (Lada ja Moskwitch) ja kaksi länsiautoa (Volkswagen ja Toyota). Lisäksi laitoin näkyviin myös bensiinilitran hinnan, joka näyttää olleen tuloihin suhteutettuna kalleimmillaan vuosien 1960 ja 1980 aikoihin.

⁷² TM 6/1989, s. 32–33. SKOP:n mainos.

⁷³ Nykänen 2004, s. 40–44, 110–111.

⁷⁴ Tilastokeskus kotitalouksien velkaantuminen ja varallisuus 1987, s. 4-11.

⁷⁵ Tilastokeskus kotitaloustiedustelu 1985, s. 1-3.

Tulot/Hinnat	1960 ⁷⁶	1970	1980	1989/1990
Keskim. vuositulo ⁷⁷	3 950mk	8 900mk	30 000mk	107 000mk
Bensiinin 92/95E litrahinta ⁷⁸	0,56mk	0,67mk	2,98mk	3,70mk
VW Kupla/ Golf ⁷⁹	5 750mk	10 660mk	49 900mk	78 500mk
Toyota Corolla ⁸⁰	ei valmistuksessa	10 650mk	39 600mk	76 000mk
Lada ⁸¹	ei valmistuksessa	11 300mk	25 900mk	32 000mk
Moskwitch ⁸²	5 450mk	6 990mk	18 450mk	ei myynnissä

Taulukko 2. Auto ja bensiini hinnat sekä keskiansio taso vertailuvuosittain.

Autot olivat ennen säännöstelyn purkua kalliita ostaa, mutta silti niiden kysyntä kasvoi. Tästä on pääteltävissä, että autoistuminen ilmiönä oli selvästikin seuraus yhteiskuntamme vaurastumisesta.⁸³ Työväen palkat nousivat aikavälillä autojen hintoja nopeammin, mikä selitti autojen kysynnän voimistumista omalta osaltaan. Autoistumista vauhditti myös se, että jotkut automallit jopa halpenivat 1960-luvun alussa. Kuluttajahintaindeksin perusteella autojen hinnat nousivat kuitenkin vähintään yhtä paljon kuin muukin hin-

⁷⁶ Summat muutettu vertailukelpoisiksi muiden vertailuvuosien kanssa.

⁷⁷ Tiedot: SVT; Tilastokeskus.

⁷⁸ Öljyalan kustannus 1992, s. 36. Vuoden 1960 tiedon sijaan vuoden 1965 hinta. Vuoden 1990 hinta lyijyttömälle 95E-laadulle.

⁷⁹ Hinnat: TL 9/1980, s. 43; Ojanen 2002, s. 5-6; Ajovalo.net (www), luettu 30.3.2006. Golfhin hinnat vuosilta 1980 ja 1990.

⁸⁰ Hinnat: TL 7/1989, s. 86-87; TL 9/1980, s. 43; Ajovalo.net (www), luettu 30.3.2006.

⁸¹ Hinnat: TL 7/1989, s. 86-87; TL 2/1981, s. 32-35. (Ladan hinta vuodelta 1971, jolloin auto oli ensimmäistä vuotta myynnissä).

⁸² Hinnat: TL 9/1980, s. 43; Ojanen 2002, s. 5-6.

⁸³ Hytönen 1993, s. 80.

tataso.⁸⁴ Osaltaan nopeaa autoistumista selitti myös kysynnän patoutuminen, josta esimerkkinä mainittakoon tuontisäännöstelyn aikainen autojen jonottaminen. Sinänsä demokraattisten jonojen eteneminen vaati usein autokauppiiaan ”voitelua” suurehkolla rahatuksella tai muuten auto saattoi jäädä saamatta. Tästä hyvänä esimerkkinä ja kritiikkinä Tuulilasin lukijan posti vuodelta 1994, jossa helsinkiläinen Pentti Viitaniemi kertoo jonotta-neensa Volkswagenia yli 38 vuotta ja humoristisesti odotti yhä saavansa tilaamansa Kuplan (Volkswagenille annettu haukkuma- tai lempinimi)⁸⁵: ”50-luvun puolivälissä tuttavani ja työtoverit naureskelivat tekemälleni VW-tilaukselle. Heidän mukaansa autotilaus on täyttä humpuukia. Uudet Volkswagenit menevät kuitenkin piirimyyjien sukulaisille ja tuttaville. Intin vastaan ja uskoin tosissani saavani Volkkarini jonotusvuorollani.”⁸⁶

2.2 Pienten autojen maa

Suomi on automaana suhteellisen normaali laajoine malli- ja merkkikirjoineen. Toisaalta autonvalmistajille suomalaiset varustevaatimukset ja turvallisuusmääräykset ovat joskus aiheuttaneet päänvaivaa – etenkin kuin maailman mittakaavassa automyyntimme on lähinnä marginaalista.⁸⁷ Autokannalle ominaista näyttää myyntitilastojen valossa olevan se, että myydyt autot ovat yleensä olleet pienikokoisia, vaikka loogisesti ajateltuna pitkien välimatkojen maassa isommat autot olisivat mielekkäämpiä ja turvallisempia matkante-kovälineitä. Tähän seikkaan vaikuttivat vuonna 1962 autokaupan vapautumisen yhteydessä automaahantuojien tekemät strategiset ratkaisut, jotka keskittivät markkinointia ja mallitarjontaa pienempiin autoihin. Toisaalta Suomen vähäisten ruuhkaongelmien vuoksi aivan pienimmät Etelä-Euroopassa suositut kääpiöautot ovat olleet maassamme sangen harvinaisia.

Autojen kokoluokkaan on selvästikin vaikuttanut se, että autot ovat aina olleet suomalaisille kalliita hankkia ja käyttää.⁸⁸ Ehkä juuri näistä syistä johtuen suomalaiset tuntuvat arvostavan kulkuneuvojaan sekä valitsevat ostamansa kulkuneuvon perustelluista syistä -harvemmin mielihohteesta. Suosituimmat autot olivat 1960- ja 1970-luvuilla pääsääntöisesti mallistonsa pienimpiä ja oikeastaan vasta 1980-luvun lopulla suuremmat mallit sai-

⁸⁴ Hytönen 1993, s. 71–72.

⁸⁵ Laakso 1994, s. 56–57.

⁸⁶ TL 3/1994, s. 94. Lukijan postia.

⁸⁷ Blomberg 1991, s. 76.

⁸⁸ Larmela 2001, s. 17.

vat laajemmin suosiota. Toisaalta suomalaisten suosikkimallit muuttuivat uusiutuessaan siten, että niiden alapuolella mallistoon tulivat täysin uudet pienen autoluokan edustajat. Ajosuoritteella mitattuna isommilla autoilla ajettiin kuitenkin enemmän kuin pienemmillä malleilla.⁸⁹ Suomen autokannan merkki- ja mallikirjoon syksyllä 1973 alkanut öljykriisi ei juuri vaikuttanut, sillä Suomessa ajettiin jo muutoinkin pienillä autoilla. Esimerkiksi Yhdysvalloissa 1960-luvulla ja 1970-luvun alussa valmistettujen ”muskeliautojen”⁹⁰ kysyntä romahti, ja pienet taloudellisemmat japanilaiset ja eurooppalaiset autot kasvattivat suosiotaan.⁹¹

Myös autojen varustus ja renkaat poikkeavat paljon eteläisimmistä maista, johtuen maantieteellisistä olosuhteistamme. Esimerkkinä mainittakoon talvirengaspakko⁹². Varusteiden osalta autotehtaat ja maahantuojat ovat joutuneet huomioimaan pohjoiset olosuhteet esimerkiksi autojen lämmityslaitteita suunniteltaessa. Myös ruostesuojaus ja hyvät valot sekä pesimet ovat usein olleet Suomen olosuhteissa tarpeen.

Suomen autokanta on perinteisesti poikennut autojen koossa, mutta myös automerkeissä ja valmistusmaissa on ollut eroja esimerkiksi Länsi-Eurooppaan verrattuna. Ominaisista autokannalle ovat olleet itäautot, joita ei juuri länsimaissa näkynyt. Myös japanilaisia autoja suosittiin meillä selvästi enemmän kuin useissa Länsi-Euroopan autoteollisuusmaissa⁹³. Mielenkiintoista on havaita, että suomalaisilla näyttää olleen tapana ottaa tietyt autot ”kestosuosikeikseen” - ja tuo suosio tuntui kestävän vuodesta toiseen. Mallitilaston kärjessä tapahtuneet muutokset eivät ole olleet kuukausittaisia, vaan sama malli saattoi johtaa myynneissä useamman vuoden ajan. Monissa maissa kamppailu myyntitilastoissa oli selvästi kiivaampaa eri merkkien välillä kuin Suomessa. Toisaalta suosion säilymisen edellytyksenä suomalaiset autoilijat vaativat kehityksen kelkassa pysymistä. Tämä kehittymättömyys⁹⁴ koitui monen itäauton kohtaloksi myös Suomen automarkkinoilla. Kotimaassa valmistetut autot ovat olleet maassamme melko harvinaisia 1970-luvun loppua lukuun ottamatta, mikä on taannut autojen maahantuojille melko puolueetoman maaperän kilpailla markkinaosuuksista.

⁸⁹ Pirtala & Ernvall 1992, s. 46–47.

⁹⁰ ”Muskeliautolla” tarkoitettiin lähinnä Yhdysvaltalaisia urheilullisia isomoottorisia autoja. Esimerkiksi Ford Mustang Shelby oli tällainen. Suomeen muskeliautoja ei montaa kappaletta tuotu.

⁹¹ Georgano 1992, s. 7.

⁹² Talvirenkaita täytyy käyttää joulukuusta helmikuun loppuun. Lisätietoja tästä sekä muista autoiluun liittyvistä aiheista: autoliitto (www), luettu 31.3.2006.

⁹³ Larmela 2001, s. 13–14.

⁹⁴ Georgano 1992, s. 176–181.

2.3 Kotimainen auto

Suomessa ei ole koskaan ollut erityisen merkittävää henkilöautoteollisuutta. Idea omasta autoteollisuudesta eli kuitenkin voimakkaana 1950- ja 1960-luvuilla, jolloin Suomessa rakennettiin koemielessä pienoisautoja ja lehdistössä uumoiltiin autotehtaan tuloa. Kotimaisen auton ideaa ruokki sekä Wihuri-yhtymä, joka kasasi Heinolan tehtaallaan koemielessä 48 Volkswagenia⁹⁵ että Renaultin edustajien vierailu Suomessa. Renault-tehtaan henkilökuntaa vieraili Suomessa tutkimassa mahdollisuutta kokoonpanotehtaan rakentamisesta. Relluja ei kuitenkaan koskaan Suomessa koottu.⁹⁶ Heinolassa kootut Kuplat varustettiin suomalaisilla laseilla ja renkailla. Tempauksen tarkoituksena oli kaiketi vaikuttaa autoteollisuuden syntymisen puolesta, sillä merkittävää taloudellista hyötyä ei tuossa yhteydessä tuotettu.⁹⁷

Suomalaisen autonvalmistuksen huipentuma lienee Oy Saab-Valmet Ab, joka perustettiin valmistamaan ruotsalaisista osista Saabeja kotimarkkinoille – ja myöhemmin myös vientiin saakka. Ensimmäinen Suomessa Uudenkaupungin autotehtaalla valmistettu Saab 96-auto valmistui 13.11.1969. Aivan ensimmäinen yksilö oli rekisteriltään EKA-96, joka luovutettiin juhlallisesti presidentti Urho Kekkoselle. Mallista tuli suomalaisten suosikki-auto, mutta myöhemmät 1970-luvulla ja 1980-luvulla valmistuneet suuremmat Saab-mallit olivat hinnaltaan liian kalliita yltääkseen myyntitilastojen kärkipäähän. Suomessa koottuja Saabeja⁹⁸ meni myös vientiin jo 1970-luvulla ja 1980-luvulla valmistettu avomalli Saab 900 Cabriolet oli aina Uudenkaupungin autotehtaalla valmistettu. Toinen suomalainen erikoisuus oli Saab 900 Finlandia, joka oli pidennetty erikoismalli. Tämän mallin ostajakuntaa olivat lähinnä yritysjohtajat ja valtioiden päämiehet.⁹⁹

Saabin tuotanto ei kuitenkaan tuonut työtä toiveiden mukaisesti ja Uudessakaupungissa haettiin aktiivisesti uusia automalleja valmistettavaksi. Aivan 1970-luvun lopussa valmistusohjelmaan lisättiin ranskalaispohjaiset Chrysler-Simcat, jotka myöhemmin tunnettiin Talbot Horizoneina ja Solarina. Autot olivat alun perin melko huonoja laadul-

⁹⁵ Ojanen 2002, s. 11; Markkanen 2003, s. 30.

⁹⁶ Ojanen 2002, s. 27.

⁹⁷ TM 13/1988, s. 45. Kuplan koeajo.

⁹⁸ Suomessa valmistettuja Saab-malleja olivat 95,96, 99, 90, 900, 9000 ja 9-3. Saabin vuonna 1969 alkanut valmistus Suomessa päättyi 2000-luvulla.

⁹⁹ TL 6/1983, s. 44–45. ”Näin syntyy suomalainen edustusauto”.

taan ja kalliita ylläpidettäviä¹⁰⁰ Suomen olosuhteisiin mutta suomalaisten kehitystyön ansioista 1980-luvun puolivälissä autot alkoivat olla jo sangen ongelmattomia. Suomalainen erikoisuus oli petrolikäyttöiset Saabit ja Talbotit. Ne kulkivat edullisella moottoripetrolilla ja niitä mainostettiin¹⁰¹ näkyvästi suomalaisena ratkaisuna polttoainetalouteen. Ongelmaksi tuli kuitenkin petroliautojen huono kestävyys, minkä vuoksi ne hävisivät melko pian katukuvasta. Talboteja valmistettiin vuoteen 1985 saakka lähes 32 000 kappaletta, jonka jälkeen tehdas joutui keskittymään jälleen kalliimpiin Saabeihin ja hakemaan uusia yhteistyökumppaneita. Uuden yhteistyön alkaminen venyi kuitenkin vasta 1990-luvun puolelle ja niinpä tutkimuksen ajanjaksolla merkittävimmän kotimaisen auton titteli kuuluu Saab 96-mallille.¹⁰²

Suomessa 1970-luvulla vallinneesta ”kotimaisuus” innostuksesta esimerkkinä Saabin suurten myyntimäärien lisäksi oli myös autotoimittajien positiivinen asennoituminen uuteen ruotsalaiseen Volvoon, jossa nähtiin myös lukuisia suomalaisia piirteitä. Olihan Volvon tehtaalla runsaasti suomalaisia töissä sekä Volvo käytti myös paljon suomalaisia alihankkijoita.¹⁰³ Parhaimmillaan 1970-luvulla Volvon ostot Suomesta ylittikin 50 prosenttia Volvo-Auto Oy:n maahantuonnista.¹⁰⁴ Volvon ohella myös joissakin itäautoissa käytettiin suomalaisia osia. Esimerkiksi puolalaisen Fiat 125P:n renkaat ja lasit tulivat suomalaisilta alihankkijoilta.

2.4 Paketti- ja lava-autot henkilöauton korvikkeina

” Säästäkää rahaa. Hankkikaa Isar tai Hansa pakettiauto nyt. Tämän vuoden aikana voitte rekisteröidä henkilöautoksi muutetun pakettiautonne ilman lisäveroa.”¹⁰⁵

Pakettiautot oli vapautettu tiukasta säännöstelystä henkilöautoja aiemmin jo vuonna 1957, ja niiden tuontiin sai lisensoijia 1960-luvun puolella helposti. Samaan aikaan maahantuojien mallistoon alkoi ilmaantua farmariautoja muistuttavia pakettiautoja, joita markkinoitiin lehdissä ahkerasti. Kyse oli 1960-luvun alun tuontisäännösten kiertämiseen liittyvästä ilmiöstä, jonka tuloksena syntyivät piilofarmariautot. Nämä henkilöautojen pakettiautoksi rekisteröidyt versiot aiheuttivat säännöstelyn purkamisenkin jälkeen verot-

¹⁰⁰ TL 2/1982, s. 48–57. Kestotesti.

¹⁰¹ TL 3/1981, s. 33. Horizon Petro-mainos; TL 1/1982, s. 73. Scan-Auton mainos.

¹⁰² Blomberg 1991, s. 73–75.

¹⁰³ TM 3/1975, s. 63. Volvon koeajo.

¹⁰⁴ TL 2/1977, s. 5. Pikakirje.

tajalle päänvaivaa, sillä neidän olivat autoverosta vapaita pakettiautoja, mutta niitä käytettiin kuitenkin henkilöauton korvikkeena. Piilofarmarin erotti tavallisesta siitä, että niissä ei saanut olla joko takaikkunoita tai takapenkkiä. Lisäksi autojen suurinta sallittua nopeutta rajoitettiin. Verottaja ratkaisi lopulta tämän kiusallisen veroteknisen ongelman suurentamalla tavaratilan minimikokovaatimuksia ja siten farmarimalliset autot palasivat verotuksen piiriin. Tämän jälkeen niiden suosio kääntyi laskuun.¹⁰⁶

Piilofarmarien jälkeen seuraava erikoisuus oli 1970-luvun puolivälin jälkeinen Timangi-ilmiö. Kyse oli pienestä Toyota 1000 Timangi lava-autosta, joka oli pakettiauton lievemmän verotuksen vuoksi Suomen edullisin auto. Maahantuoja Korpivaara Oy houkutteli asiakkaisiin erityisesti nuoria tällä edullisella mallilla, joka varustettiin usein vauhtiraidoilla, ralliratilla, erikoisvanteilla ja lavapeitteellä. Vauhdikkaita varusteita asennettiin malliin mielellään, mutta erikoista tässä pienessä henkilöautomaisessa mallissa oli turvavöiden puuttuminen, sillä pakettiautossa niitä ei tuolloin vielä tarvinnut olla asennettuna. Autosta tuli todellinen menestys, kunnes valtiovalta huomasi säätää pakettiautoille vähimmäislavan pituudeksi 185cm vuonna 1977. Myös Konela-Auto Oy pyrki samoille markkinoille Moskwitch Pick Up-mallilla, joka ennätti vain hetken olla Suomen halvin auto. Timangin suosion vuoksi Suomessa ei voitu myydä pieniä lava-autoja ilman henkilöautoveroa.¹⁰⁷

Isojen farmarien verovapauteen keksittiin jälleen vuonna 1988 keino välttää henkilöautovero. Laissa nimittäin hyväksyttiin yli 1800 kg painavaan autoon pehmustamaton lisäistuin taakse, mikäli autossa oli epämääräisesti määritelty jatko-ohjaamo. Tämän vuoksi monet suuret yhdysvaltalaiset farmariautot kuten Buick Electra tai Chevrolet Caprice hyväksyttiin pakettiautoiksi. Ainoa käytännön rajoite autoille oli 80km/h nopeusrajoitus. Samalla tavalla veroja pääsi kiertämään myös korotetuilla katoilla olevilla suurilla farmareilla, niin sanotuilla ”suksiboksiautoilla”. Verottaja esti tämän toiminnan seuraavalla vuosikymmenellä säätämällä autoille minimikantavuusrajan, joka poisti markkinoilta myös lukuisia pieniä pakettiautoja.¹⁰⁸

¹⁰⁵ Ojanen 2002, s. 8. Suomen Koneliikkeen piilofarmari mainos vuodelta 1961.

¹⁰⁶ Blomberg 1991, s. 76; Ojanen 2002, s. 11, 29.

¹⁰⁷ Laakso 2003, s. 101; TL 4/1977, s. 68. ”Työkalu”.

¹⁰⁸ Blomberg 1991, s. 77; Hytönen 1993, s. 50–56.

2.5 Japanilaisten autojen nopea suosion nousu

Japanin autoteollisuus kärsi pahoin toisessa maailmansodassa, mutta se nousi nopeasti jaloilleen amerikkalaisen tohtori V. Demingin laatuajattelun myötä. Japanilaiset valmistajat (erityisesti Toyota) omaksuivat tuon Total Quality Control -johtamisfilosofian¹⁰⁹, joka painotti laatua organisaation kaikilla tasoilla sekä tosiasioilla johtamista ja kuluttajälähtöisyyttä. Kuluttajälähtöisyydestä esimerkkinä oli autotoimittaja Mauri Salon vierailu Nissanin tehtaalla, jossa hiljaiset japanilaiset suhtautuivat vakavasti toimittajan esittämään kritiikkiin.¹¹⁰ Toinen hyvä esimerkki japanilaisten suhtautumisesta asiakkaisiinsa oli 1970-luvun alun Datsunin 1200 Finn -malli, jonka suunnittelussa huomioitiin suomalaisten erityistoiveita auton ominaisuuksien suhteen.¹¹¹ Varsin vaatimattomista lähtökohdista huolimatta japanilainen työnlaatu muodostui korkeatasoiseksi ja tämän lisäksi kuluttajien tarpeiden selvittäminen, joustavuus ja kohtuulliset valmistuskustannukset ajanmukaisella tuotantotekniikalla tekivät tuotteista kilpailukykyisiä.

Japanilaisten autojen kaupallinen läpimurto tapahtui ensiksi Australiassa ja USA:ssa 1960-luvulla ja Euroopan valloitus alkoi samalla vuosikymmenellä, ehkä hiukan yllättäen Suomesta. Selitys löytyi osittain japanilaisten innostuksesta hakeutua ensiksi maihin, joissa ei ollut omaa autoteollisuutta. Toisaalta Suomen autotuonnin säännöstelyn purkaminen ja maahantuojien kova kilpailu merkkien edustuksista käänsivät katseita japanilaisiin tuotteisiin.¹¹² Japanilaisten autojen läpimurto tuli yllätyksenä myös monille Euroopan suurille automaille, jotka olivat aiemmin väheksyneet japanilaisen tuotannon merkitystä.¹¹³ Ensimmäisenä japanilaisten autojen pariin Suomessa ennätti kauppaneuvos Paavo Korpivaara, joka toi pari Toyota Tiara-autoa kokeeksi jo vuonna 1960. Samaisena vuonna Autokeskus Oy:n johtaja Eric Broman sai ensikosketuksensa Datsuniin ruotsalaisen liiketuttavansa kautta. Japanilaisten autojen varsinainen maahantuonti alkoi kuitenkin vasta Autokeskus Oy:n tuomien Datsun Bluebird autojen myötä vuonna 1962, jolloin Suomeen tuotiin 713 autoa. Datsun ei ollut ominaisuuksiltaan kovinkaan erikoinen, mutta

¹⁰⁹ Lisää johtamisfilosofiasta muun muassa Feigenbaum 1991.

¹¹⁰ TM 5/1969, s. 53–54. Tehdas vierailu.

¹¹¹ TM 20/1987, s. 25. ”Nollasta nousuun”.

¹¹² Kastemaa 1984, s. 10-11; TM 20/1987, s. 23. ”Nollasta nousuun”.

¹¹³ Sedgwick 1991, s. 13.

ahkera kestävyyttä korostanut markkinointi toi odotetun myyntituloksen jo seuraava vuonna.¹¹⁴

Japanilaiset autot kilpailivat etenkin alkuun usein hinnallaan, mutta ne eivät olleet kuitenkaan erityisen halpoja, vaan pikemminkin asian voisi ilmaista, että ne olivat itäautoja kalliimpia, mutta eivät vastaavia länsiautoja selvästi halvempiakaan¹¹⁵. Hintaakin parempi kilpailuvaltti näyttää olleen laatu ja sitä korostanut markkinointi. Datsunin rantauduttua Suomeen autolle povattiin kyllä menestystä,¹¹⁶ mutta tuskin kukaan olisi uskonut, miten suureen menestykseen japanilaiset autot pääsivät jo 1960-luvun lopulla.

2.6 Itä-autot jäivät länsiautojen varjoon

Tuonnin vapauduttua itäautojen kysyntä säilyi entisellään mutta varsinaista myynnin kasvua ei tapahtunut samalla lailla kuten länsiautojen kohdalla. Syyksi ilmiölle on nähty statusseikat, sillä vaikuttaa käyneen niin, että edullisemman suurehkon itä-auton sijaan monet hankkivat mieluummin pienen länsiauton.¹¹⁷ Vaikka japanilaiset ja länsimaiset automerkit hallitsivatkin aikajaksolla myyntitilastoja, niin itäautot kuuluivat silti suomalaiseseen katukuvaan koko ajan.

Itäautojen suosion taustalla olivat paljolti tuontisäännöstelyn aikainen hyvä saatavuus ja edullinen hankintahinta sekä hyviksi havaitut talviominaisuudet. Monille malleille ominaista oli myös helppo huollettavuus, joka kiinnosti monia auton tarvitsijoita. Itäautojen vankkaa suosiota ajanjaksolla, etenkin valtion laitosten käytössä, selitti myös bilateraalinen kauppasuhte, jonka perusteella tuonti Neuvostoliitosta maksettiin tavarana valuutan sijaan, mikä paransi itäautojen saatavuutta.¹¹⁸ Autot olivat vain osa tuota tiivistä kaupankäyntiä, jossa Suomeen tuotiin pääasiallisesti raaka-aineita ja Neuvostoliittoon kohdistuneeseen vientiin meni lähinnä suomalaisia kulutushyödykkeitä.¹¹⁹ Itäautojen yksityiselläkin puolella jatkuneelle suosiolle löytyi myös muita selityksiä, kuin hinta ja ominaisuudet. Niitä suosittiin ennen 1980-luvun lopun kaupan vapautumista myös vero-

¹¹⁴ Jääskeläinen 2005, s. 14; Moisala 1983, s.235; TM 16/1992, s. 92–93. ”Takaisin juurilleen”.

¹¹⁵ Hytönen 1993, s. 41.

¹¹⁶ TM 8/1962, s. 16. Datsunin esittely.

¹¹⁷ Hytönen 1993, s. 45–46.

¹¹⁸ Ojanen 2002, s. 6.

¹¹⁹ Kauppasuhteista mm. Paavonen 2005, s. 153–197. Teoksessa *East-West Trade and the Cold War* (toim. Eloranta & Ojala).

helpotuksin ja osamaksukaupan säännöksillä, sillä itäautojen maksuaika oli pidempi ja käsirahan osuus pienempi kuin vastaavissa länsiautoissa.¹²⁰

Itäautojen suosio jäi 1960-luvulla jälkeen kilpailevien tuotteiden menestyksestä, vaikka autolehdistä etenkin Konela Oy mainosti Moskwitchia ja muita merkkejään erittäin runsaasti. Itäautot pääsivät kuitenkin uuteen suosioon italialaisen suunnittelun ja maltillisen hinnoittelun ansioista. Itäautojen uuden tulemisen 1970-luvulla voi oikeastaan kiteyttää yhteen automerkkiin, Ladaan, joka oli suomalaisten suosikkina monena vuonna myyntitilastojen kärkijoukossa. Menestys jatkui vielä 1980-luvun lopulla, vaikka suomalaiset alkoivatkin siirtyä astetta arvokkaampiin ja kookkaampiin autoihin ja Lada oli tuolloin jo teknisesti pahoin vanhentunut. Skodan, Moskwitchin, Wartburgin ja muiden itäautojen suosio väheni 1980-luvulla edullisuudestaan huolimatta runsaasti. Edes Ladaa muistuttavan suuremman Fiat 125P:n suosio ei noussut koskaan kovin suureksi, sillä auton viimeistely ja laatu olivat selvästi Ladaa huonompia. Esimerkkinä mallin huonosta laadusta olivat muun muassa vuotavat ikkunat ja tiivisteet sekä huolimaton korihitsaus.¹²¹ Yksi merkittävä syy itäautojen suosion laskuun oli elintason nousun mukanaan tuomat sosiaaliset paineet valita itäauton sijaan joku muu automerkki. Nämä paineet kasvoivat varmasti taloudellisen kasvun aikoina 1980-luvun lopulla. Vuonna 1986 Tekniikan Maailma vertaili itäautoja ja totesi osuvasti: ”Varmaankin moni halpaa autoa tarvitseva ostaisi mielellään upouuden itäauton, mutta joutuu lastensa painostuksesta valitsemaan länsiauton, olkoon miten ruostunut ja rähjäinen tahansa.”¹²²

2.7 Maahantuojien sekä piirimyyjien organisoituminen ja muuttuminen

Suomalaisen autokaupan toimintaa koko ajanjaksolla kuvaa hyvin hajanaisuus ja jatkuvasti muuttuvat olosuhteet sekä pyrkimys organisoitumiseen, joka edellytti monenlaisia toiminta- ja suhdeverkkoja sekä niiden jatkuvaa ylläpitoa. Oman leimansa alan toiminnalle antoi 1980-luvulle saakka elinkeinohallituksen säännöstelytoimet, joilla määrättiin muun muassa korjaamoiden veloituslaskut ja osamaksukauppaa. Alan säännöstely ei ollut omiaan tehostamaan toimintaa tai lisäämään alan kilpailukykyä, mutta osaaville tekijöille se mahdollisti kohtuullisen hyvän tuoton ja toimeentulon. Avaintekijänä autokaupan organisoitumisessa ja toiminnassa oli Autoalan Keskusliitto, joka teki sopimuksia

¹²⁰ Ojanen 2002, s. 31.

¹²¹ TL 9/1975, s. 28–30. Vertailu.

¹²² TM 12/1986, s. 26. ”Hintansaväärtejä”.

ja antoi suosituksia eri osapuolten, kuten Elinkeinohallituksen ja vakuutusyhtiöiden välillä. Varsinaista valtaa piti kuitenkin 1980-luvun lopulle saakka toiminut Elinkeinohallitus. Elinkeinohallituksen lakkauttamisen jälkeen autokauppa astui lähes täydellisen kilpailun maailmaan ja Autoalan Keskusliiton monet suositukset menettivät merkitystään.¹²³

1960-luvun autokaupalle tunnusomaista oli myyjien provisiopalkkauksen vakiintuminen, mikä vaikutti myöhemmin käytettyjen autojen kaupan ongelmiin. Toinen 1960-luvulla luotu järjestelmä oli maahantuojien piirimyyntiverkosto, jossa toisen paikkakunnan myyjä ei olisi saanut myydä autoa oman piirinsä ulkopuolelle. Aikakauden ongelmat liittyivät siten autokauppiaiden motivaatioon ja palkkaukseen, sillä uusista autoista saatu parempi palkka ja vanhoihin autoihin liittyvät riskit eivät houkuttelleet kauppiaita kierrättämään vaihtoautovarastoa parhaaseen mahdolliseen tapaan. Vaihtoautovarastojen paiminen ja huono kiertonopeus olivat omiaan lisäämään riskejä ja pitämään pääomia sidottuna. 1960-luvulle tyypillistä oli myös autoliikkeiden muodostuminen eräänlaisiksi autoalan tavarataloiksi ja tukkukauppiainiksi, jotka möivät osia ja tarvikkeita muun muassa huoltoasemille. Autoliike toimi myös usein rengas- ja akkumyyjänä ja jopa maahantuojana. Jotkut autoliikkeet saattoivat myös toimia huoltoasema-, ruostesuojaus- ja autokoulu-ryittäjinä. Tyypillistä näille suurille yksiköille oli myös pitkät jakelutiet, korjaamotoiminnan suuri käsityön osuus, suuri henkilökunta ja jatkuva kasvu sekä hyvät tuotot toiminnasta.¹²⁴

Uusien automerkkien hankintaan ja vanhan toiminnan laajentamiseen maahantuojat varautuivat jo ennen varsinaista autokaupan vapautumista heinäkuun 14. päivänä 1962. Kaikista pisimmillä järjestelyissä vapautumisen jälkeen olivat vanhat ja vahvat myyntiketjut GM, Ford ja Volkswagen. Automerkkien edustuksista syntyi kovaa kilpailua, mikä saattoi johtaa tilanteisiin, joissa kilpailevia automerkkejä saatettiin myydä saman katon alla useampiakin. Tämä pienensi automerkkien suosion vaihtelusta johtuvia riskejä. Yhden automerkin markkinaosuuden tippuminen näkyi myynnin lisäksi nopeasti myös vaihtoauto- ja varaosakaupassa, joten siinä mielessä useamman merkin myyminen oli kannattava ratkaisu.¹²⁵ Autoistumisen kuumimman kauden aikana syntyneistä suurista autotaloista useat menestyivät ja jatkoivat, mutta monet autokauppaan lähteneet automyyjät, ja maahantuojat putosivat melko pian pois tiukassa kilpailutilanteesta. Ensimmäinen pudotuskilpailu käytiin autokaupan taantumavuosina 1966–1968, jolloin alalta luopuivat mo-

¹²³ Nykänen 2004, s. 23–24, 28, 40–44.

¹²⁴ Nykänen 2004, s. 37, 54–55.

¹²⁵ Nykänen 2004, s. 50–51.

net kymmenet yrittäjät joko vapaaehtoisesti tai konkurssin myötä.¹²⁶ Samaan aikaan uusien automerkkien laaja kirjo vaikutti varmasti osaltaan siihen, mitkä automerkit nousivat jatkossa suosikeiksi ja mitkä jäivät kaupallisesti huonommalle. 1960-luvun organisoitumisen jäljiltä esimerkiksi muutamat japanilaiset automerkit saivat merkittävän markkina-aseman, mikä johtui oikea-aikaisesta markkinoille tulosta ja maahantuojien tekemistä ratkaisuksista. Toisaalta esimerkiksi Fiatin panostus pienimpiin malleihin nosti merkin suosikkiautoksi. Jos maahantuoja olisi päättänyt keskittyä myymään vain suurempia ja edustavampia malleja, niin kaupallinen menestys ei olisi ehkä ollut yhtä hyvää. Luultavasti juuri 1960-luvulla tehdyt organisatoriset toimet ovat omalta osaltaan muovanneet suomalaisen autokannan ominaispiirteitä.

Autoedustusten sodan jälkeinen organisoituminen alkoi jo 1940-luvun lopussa, jolloin mm. suomalais-neuvostoliittolainen yritys Oy Konela Ab aloitti itäautojen, kuten Popedan ja Volgan, tuonnin Suomeen. Chevroletia ja Opelina valmistanut General Motors alkoi keskittää samana vuosikymmenenä automyyntiään Suomessa, mutta vasta vuonna 1965 perustettiin varsinainen tytäryhtiö hoitamaan Suomen autokauppaa. Muita merkittäviä keskittyviä autotuonnin vapautumisen jälkeen olivat muun muassa Peugeot-autoja myynyt Maan Auto Oy, Renault-merkkiä edustanut Oy Auto Rex Ab, Volkswagenia myynyt Wihuri Yhtymä Oy¹²⁷, Citroenia kaupannut Korpivaara Oy, Saabeja myynyt Scan-Auto Oy, DKW:tä ja Mercedes-Benzia myynyt Oy Veho Ab, Skoda kauppianaan tunnettu Suomen Koneliike Oy ja Simcaa kaupannut Berner Oy.¹²⁸ Osa automaahantuojista jatkoi sotaa edeltänyttä toimintaansa tuttuun tapansa, kuten esimerkiksi Oy Ford Ab ja Oy Volvo-Auto Ab, jotka olivat General Motorsin tapaan tehtaiden tytäryhtiöitä.¹²⁹

Valmistautumisesta tuonnin vapautumiseen oli hyvänä esimerkkinä Keskusosakeliike Hankkija, joka oli autokaupassa erikoinen tapaus 1960-luvulla. Hankkija oli ensimmäinen Keskusosuusliike, joka lähti mukaan autokauppaan. Keskusliikkeiden osallistuminen alalle oli kuitenkin voimakkaimmillaan vasta 1970-luvun puolella ja jälleen 1980-luvun lopulla.¹³⁰ Hankkija oli kuitenkin ajoissa liikkeellä ja olikin etsinyt rakentamansa huoltoverkoston tueksi autoedustusta jo ennen autotuonnin vapautumista. Hankkija sai organisaationsa pohjan vakiinnutettua vuoden 1962 marraskuussa perustamalla tytäryhtiön Au-

¹²⁶ Moisala 1983, s. 233.

¹²⁷ Moisala 1983, s. 409. Vuonna 1952 perustettu VW-Auto Oy fuusioitiin Wihuri Oy:öön vuonna 1968.

¹²⁸ Moisala 1983, s. 215–219.

¹²⁹ Moisala 1983, s. 349–412. Maahantuojien esittelyjä.

tonovo Oy:n, joka kaappasi Fiatien maahantuonnin Finla Oy:ltä. Vuodeksi 1963 asetettiin merkittävä 4000 auton myyntitavoite. Tavoitteen suuruutta korostaa se, että Suomen Fiat-kanta oli ennestään vain noin 8000 autoa ja koko yrityksen henkilökuntaa oli vain kolme ihmistä.¹³¹ Autonovon johtokunta päätti siirtää automalliston painopistettä pienempiin malleihin, mikä osoittautuikin jälkikäteen hyväksi valinnaksi, sillä Fiat-mallistossa oli tarjolla edullisia ja hyviä pikkuautoja, joihin yhä useammalla suomalaisella oli varaa. Autonovossa piirimyyntiverkoston rakentaminen onnistui luontevasti neuvottelemalla vanhojen piirimyyjien kanssa sekä täydentämällä myyntiverkkoa maatalouskoneita myyvien Hankkijan toimipisteiden avulla.¹³²

Autojen myyntiverkostoja luotiin joissakin yrityksissä kovalla kiireellä, vaikka taustavalmisteluja olikin tehty. Kiireestä kertoo esimerkiksi Autonovolla sattunut tapaus, jossa porilainen piirimyyjä saapui hakemaan myyjien kanssa neljää autoa Helsingistä pääkonttorilta. Kahvittelujen lomassa puheeksi tuli autojen maksaminen, jolloin piirimyyjä kaivoi lompakon esille. Kaikessa tohinassa Autonovossa ei oltu edes ennätetty ajatella, että jossain vaiheessa rahaa alkaisi virrata ja niinpä yrityksestä ei löytynyt vielä edes kuittivihkoa.¹³³ Fiatin osalta oli myös mielenkiintoista, että samoja tuotteita valmistettiin eri maissa ja niitä tuotiin maahan eri yritysten toimesta. Esimerkiksi Korpivaara Oy toi saksalaisia Neckaria 1960-luvulla¹³⁴ ja Wihuri-yhtymä toi puolalaista Fiat 125P:tä 1970-luvun alusta alkaen. Myös Neuvostoliittolainen Konela Oy:n maahantuoma Lada kilpaili samoista ostajista 1970-luvulta lähtien. Autonovo Oy ei kuitenkaan halunnut jäädä enempää kilpailijoiden jalkoihin kovassa kilpailussa, vaan alkoi itsekkin tuoda espanjassa koottuja Fiatin lisenssimalleja Seateja ja Jugoslaviassa koottuja Zastava-autoja normaalien Fiatien rinnalla 1970-luvulla. Lisenssimallien laatu ei kuitenkaan aina yltänyt alkuperäisen Fiatin tasolle.¹³⁵

Oman erityispiirteensä 1960-luvun organisoitumiselle toivat japanilaiset automerkit, jotka herättivät suurta kiinnostusta automaahantuojien keskuudessa. Autokeskus aloitti Datsunien tuonnin 1962, mutta todellinen vauhti alkoi vasta uuden kaunislinjaisen Blue-

¹³⁰ Moisala 1983, s. 276–280. Esimerkiksi Kesko Oy vie Wihurilta 1970-luvulta Volkswagen edustuksen ja SOK osti Maan Auto Oy:n.

¹³¹ Henkilökunta: Birger Hede, Väinö Pennala ja Esko Metsäkonkola

¹³² Bremer & Solanne 1982, s. 40-42.

¹³³ Bremer & Solanne 1982, s. 42.

¹³⁴ Neckarit olivat Fiatin lisenssiversioita. Suurin osa pohjautui Fiat 600-malliin.

¹³⁵ Bremer & Solanne 1982, s. 54–55; TM 13/1973, s. 53. Zastavan koeajo.

bird 1300 mallin ja uusien omistajajärjestelyjen myötä vuosina 1964 ja 1965.¹³⁶ Korpi-vaaralla puolestaan Fiat-sukuiset Neckarit ja osin myös Citroenit jäivät kuitenkin myynneissä melko pian Toyotan taakse, jonka tuonti alkoi vuonna 1964 edustavalla Crown-mallilla. Toyotan markkinointi otettiin tosissaan heti, kun autot oli todettu Suomen oloihin hyvin soveltuviksi.¹³⁷ Kolmantena japanilaisena merkinä Suomeen tuli Haka-Auto Oy:n tuoma Mazda vuonna 1967. Mazda jäi kahden muun japanilaismerkin varjoon myyntimäärissä, mutta etenkin piilofarmareina Mazda 1500-mallit olivat erityisen suosittuja^{138 139}.

Autoistumiskehityksen alkuvaiheilla uusia maahantuojia aloitti paljon ja kilpailu oli tiukkaa. Itse autojen lisäksi myös varaosakauppa kävi vilkkaasti. Maahantuojat muistivatkin jo 1960-luvulta alkaen korostaa alkuperäisvaraosien paremmuutta suhteessa halvempiin tarvikkeisiin. Aivan kaikkia osia ei kuitenkaan saanut edes alkuperäisosina, sillä Suomen oloissa hyväksi havaitut nastarenkaat ja pyöräkoteloihin asennettavat sisälokasuojat olivat uusia suomalaiskeksintöjä.¹⁴⁰

Seuraavan vuosikymmenen aikana autokauppa muuttui selvästi hajanaisemmaksi ja pienet yksiköt valtasivat markkinoita suurilta. Huoltamot ja tee-se-itse-korjaajat alkoivat haastaa autotaloja korjauksien teossa, ja varaosaliikkeet möivät varaosatukkuliikkeiden tuomia varaosia ja autotarvikkeita alkuperäisosia halvemmalla. Erityisesti autotarvikkeiden, kuten radioiden, penkinpäällisten ja vanteiden kysynnän kasvu lisäsi varaosaliikkeiden markkinaosuuksia. Kilpailu lisääntyi 1970-luvulla selvästi 1960-lukuun verrattuna, mutta elinkeinohallitus sääteli silti hintoja, joten mistään täysin vapaasta kilpailusta ei ollut kysymys. Merkittävää autokaupan kannalta oli alan yleinen organisoituminen ja myynnin ennakoitavuuden parantuminen.¹⁴¹

Kilpailun lisääntyminen toi alalle myös paljon epäilyttäviäkin yrittäjiä ja niinpä etenkin Tekniikan Maailma julkaisi ajoittain artikkeleita ja testejä, jo aiemmalta vuosikymmeneltä alkaneen perinteen mukaisesti, joissa käsiteltiin autokaupassa ja huoltotoiminnassa esiintyneitä ongelmia. 1970-luvulla ongelmien määrä kuitenkin lisääntyi selvästi. Esimerkkinä korjaamotoiminnan ongelmista julkaistiin vuonna 1974 artikkeli, jossa asiakkaan 2000 markan arvoiseen Hondaan oli korjaamo tehnyt 4000 markan remontin il-

¹³⁶ Moisala 1983, s. 349.

¹³⁷ Moisala 1983, s. 235, 237.

¹³⁸ Hytönen 1993, s. 50–56. Piilofarmareista.

¹³⁹ Moisala 1983, s. 369, 376

¹⁴⁰ Ojanen 2002, s. 28.

man asiakkaan suostumusta. Remontin yhteydessä autoa oli myös onnistuttu rikkomaan vaihteistosta. Automyynnin villistä toiminnasta puolestaan kertoo tapaus vuodelta 1975 jolloin eräs Haka-Auton piirimyyjä kauppasi ruosteisen, 38 vikaa sisältäneen, Wartburgin asiakkaalle aivan uutena auton.¹⁴²

Uusi vuosikymmen ei heti tuonut merkittäviä muutoksia autoalan organisaatioihin ja rakenteeseen, vaan erikoistuminen jatkui yhä 1980-luvun alussa. Autokaupan noustessa vuodesta 1983 lähtien alkoi myös autoliikkeiden määrän raju kasvu. Uusista liikkeistä tehtiinkin entistä näyttävämpiä suuria halleja. Samoihin aikoihin vanhoista keskusta-alueiden ahtaista liiketiloista alettiin luopua ja autoliikkeet alkoivat yhä useammin keskittyä kaupunkien laidoille samoille alueille. Huoltoasemilla siirryttiin useammin itsepalveluun, ja varaosakauppa sekä korjaamotoiminta kasvoivat autojen muuttuessa entistä teknisemmiksi. Osuuskauppojen toiminta autokaupan alalla hiipui 1980-luvun alussa, mutta jälleen vuosikymmenen lopulla osuuskaupat kiinnostuivat jälleen kasvavasta kaupanalasta. Suuremmat muutokset alalla ajoittuivatkin nimenomaan 1980-luvun loppuun, jolloin autokaupassa siirryttiin ATK-aikaan. Tyypillistä ajalle olivat myös nousukauden kasvanut yritysautojen myynti sekä suuremmat ja näyttävämmät myyntitilat, jotka usein oli investoitu huomattavalla lainapääomalla. Kaupan rakenteen kannalta merkittävintä oli kuitenkin hinta- ja korkosäännöstelystä luopuminen ja sen myötä koventunut kilpailu. Autokorjaamotoiminnan kannalta autoihin ilmaantui yhä enempi sähköosaamista vaativia laitteita, ja osien korjaamisen sijaan 1980-luvun lopulla alettiin vaihtaa osia täysin uusiin. Tuottoisinta 1980-luvulla kasvanut ala oli maahantuojille ja varaosatukkureille. Sen sijaan suurista myyntimääristä huolimatta monet autokauppiat olivat ahtaalla, sillä he joutuivat investoimaan entistä hienompiin tiloihin nimenomaan maahantuojien painostuksesta. Samanaikainen kova kilpailu ja piirimyyjäverkoston muuttuminen tiheäksi kilpailevaksi jälleenmyyjäverkostoksi sekä liialliseksi paisuneet vaihtoautovarastot sitoivat suuria pääomia ja aiheuttivat melkoisia vaikeuksia autotaloille.¹⁴³ Piirimyyjä-ajatuksesta luopuminen oli väistämättä edessä, sillä autoliikkeiden kasvanut määrä, suuret investoinnit ja korkokilpailu aiheuttivat melkoisia paineita myydä autoja entistä enemmän yhä aiempaa hintatietoisemmille asiakkaille, jotka saattoivat matkustaa lähipaikkakunnalle

¹⁴¹ Nykänen 2004, s. 54–55.

¹⁴² TM 19/1974, s. 113–115. ”4000 remontti 2000 autoon”; TM 12/1975, s. 40–42. ”Ruosteraunio myytiin uutena auton”.

¹⁴³ Nykänen 2004, s. 56, 96–97, 113–114.

pyytämään tarjousta uudesta autosta. Harva myyjä uskalsi 1980-luvun lopussa neuvoa asiakasta palaamaan omalle paikkakunnalle kaupan tekoon.

3. AUTOMAINONNAN KEHITTYMINEN

3.1 Saatavuuden ja ärhäkkyuden aika

Automainonta oli ollut yleistä jo ennen säännöstelyn purkua, mutta mainosten määrä laajeni selvästi vasta 1960-luvulta alkaen. Automainonta oli aiemmin keskittynyt pitkälti auto- ja sanomalehtiin mutta 1960-luvulta alkaen myös muut printtimediat kiinnostivat automaahantuoja ja -kauppiaita. Täysin uutta sen sijaan olivat televisiomainokset, joihin saatiin mukaan liike ja ääni. Itse asiassa automainonta ja sen kehitys kuvaavat hyvin sitä ilmiötä, jossa autosta tulee suomalaiseen yhteiskuntaan juurtunut massakulutusväline.¹⁴⁴ Tässä tutkimuksessa keskityn lähinnä automainonnan teemoihin tarkastelemalla automainoksia Olli J. Ojaseen autokirjoista, Tuulilaseista ja Tekniikan Maailmoista. Ideana oli valita niitä mainoksia, jotka mielestäni edustivat aikakauden mainontaa tyypillisimmillään tai herättivät huomiota teemoillaan ja tyyllillään.

Automainonnan teemoina Suomessa 1960-luvulla korostuivat erityisesti auton nopeus, suorituskyky ja rallimenestys. Vastaavat teemat olivat muodissa Euroopassa ja Yhdysvalloissa ennen toista maailmansotaa, mutta 1960-luvun automainonta muuttui ”hyökkäävämmäksi” kilpailijoita kohtaan. Suomessa mainonta kuitenkin pitäytyi vanhoissa vauhdikkaissa teemoissa.¹⁴⁵ Kuvitukseltaan 1960-luvun mainokset olivat usein vaatimattomia piirroskuvia tai mustavalkoisia valokuvia. Ajalle tyypillistä oli myös pikkuautojen mainostaminen hinnalla ja suurempien mainostaminen ”verrattomilla” ominaisuuksilla.

Esimerkiksi Fiat mainosti urheilullista uutuuttaan seuraavasti: ”*Laatua ja linjakkuutta. Fiat 850 Coupe 52 hv moottorilla on ärhäkkä peli...*”¹⁴⁶. Pientä, edullista ja suosioon noussutta Fiat 600-mallia maahantuoja mainosti tilavana ja autosta esitettiin kuva, jossa nelihenkinen perhe auton toisella puolella näytti suorastaan pieneltä auton rinnal-

¹⁴⁴ Kilpiö & Toiskallio 2001, s. 151.

¹⁴⁵ Sedgwick 1991, s. 132.

¹⁴⁶ Ojanen 2002, s. 28. Autonovo Oy:n mainos.

la.¹⁴⁷ Samaa automallia mainostettiin myös naisille varsin yksilöllisyyttä korostaen: ”*Minun autoni on pieni, punainen ja lämmin*”¹⁴⁸.

Auton ärhäkkyys oli 1960-luvulla ja vielä 1970-luvun alussa merkittävämpi myyntivaltti kuin esimerkiksi taloudellisuus. Wartburgin mainoksen teemana oli 50 hevosvoiman moottoriteho, jota pidettiin suurena lukemana.¹⁴⁹ Skoda puolestaan mainosti ulkonäöllä, hinnalla ja myyntimenestyksellä ennen tuonnin vapautumista.¹⁵⁰ Todellisuudessa VW:n haluttavuus oli Skodaa suurempi mutta saatavuus paljon heikompi, mikä selitti osaltaan Skodan myyntimenestystä. Vauxhallin mainos puolestaan kehotti uuden mallin hankintaan: ”...*kun haluatte pysyä edellä*”¹⁵¹. Unelma ja urheilullisuus korostuivat selvästi muun muassa Fordin mainoksessa: ”*Unelmanne toteutuneena. Ford Capri. Ihailun ja kateuden kohde*.”¹⁵². Myös Hillman Super Minxin mainoksessa teema oli samanlainen: ”*Perheauto, joka pystyy hämmästyttäviin urheilullisiin saavutuksiin*”¹⁵³. Vauhdikkaat teemat jatkuivat vielä ennen öljykriisiä vuonna 1972 kun uutta Chrysleriä mainostettiin vertaillen autoa kilpailijoihinsa nopeudella, kiihtyvyydellä ja koolla.¹⁵⁴

Ensimmäisissä televisiomainoksissa ärhäkkyys ei sen sijaan näkynyt, vaan autoja esiteltiin yleensä niiden ollessa pysäköitynä. Osin taustalla lienee filmitekniikan kehittymätömyys ja kalleus. Automainoksille ominaista oli jo tuolloin myös ajoäänien hiljaisuus. Sen sijaan koko ajanjaksolla, aina 1980-luvulle saakka, tyypillistä oli, että matala miesääni kertoi autoista ja tai autojen ominaisuuksista.¹⁵⁵

Autourheilijoista tuli julkisuudenhenkilöitä ja heidän sanomisiaan autoista kuunneltiin tarkasti ja niinpä 1960-luvulta lähtien ralliautoilijat olivat mukana uusien automallien mainonnassa.¹⁵⁶ Fordilla luotettiin mainosteksteissä varsin usein kilpailumenestykseen: ”*Verraton perhekäytössä, voitokas kilpailuissa*”¹⁵⁷. Autourheilusaavutuksia korostivat paljon myös Morris Mini, Saab, Simca, Sunbeam ja itäauto-merkit: ”*Morris Mini-Cooper*

¹⁴⁷ TM 3/1963, s. 79. Fiat mainos.

¹⁴⁸ TM 3/1969, s. 38. Fiat mainos.

¹⁴⁹ TM 3/1962, s. 47. Wartburg mainos.

¹⁵⁰ TM 1/1962, s. 5. Skoda mainos.

¹⁵¹ TM 19/1969, s. 2. Vauxhall mainos.

¹⁵² TM 3/1969, s. 2. Ford mainos.

¹⁵³ TM 2/1963, s. 63. Hillman mainos.

¹⁵⁴ TM 7/1972, s. 103. Chrysler mainos.

¹⁵⁵ Kilpiö & Toiskallio 2001, s. 152–153, 161.

¹⁵⁶ Ojanen 2002, s. 16.

¹⁵⁷ TM 20/1966, s. 98. Ford mainos.

S voitti taas Monte Carlon”¹⁵⁸; “*Suomalaisten Volga-ajajien ylivoimainen luokkavoitto Jyväskylän suurajoissa*”¹⁵⁹. Rallimenestyksellä mainostaminen keskittyi 1960-luvun lopulle, mutta muun muassa Simca mainosti menestystään näkyvästi vielä 1970-luvun alussa luettelemalla liudan hyviä tuloksia.¹⁶⁰ Simcan vanhentuneet mallit eivät kuitenkaan enää 1970-luvulla myyneet hyvin, eikä mainonnassa ollut muuta uutta kerrottavaa kuin rallituloksia. Saab jatkoi rallimainontaansa voimakkaasti vielä 1970-luvun puolessa välin, vaikka merkki alkoikin jäädä rallipoluilla pahoin Fiatien ja Fordien jalkoihin.¹⁶¹ Rallimestyystä korostivat 1960-luvulla monet muutkin automerkit, mikäli vain löysivät sopivia tuloksia julkaistaviksi. Autourheilijoiden ohella myös muiden julkisuuden henkilöiden, kuten missien ja yrittäjien merkitys autojen mainonnassa kasvoi selvästi 1960-luvulla: ”*Koska olen kiireinen ihminen, on tärkeää omistaa luotettava auto*” – *Lenita Airisto Fiatista*¹⁶². 1960-luvun uutena ilmiönä voidaan pitää miesvaltaisen automainonnan leviäminen vähitellen myös naisten lehtiin.¹⁶³

Auto oli eräänlainen saavutettavissa oleva unelma.¹⁶⁴ Tuonnin vapauduttua näitä unelmia alkoi myös päästä koeajamaan ja autoliikkeisiin ei enää tarvinnut mennä altavastaa-jana, vaan asiakkaasta tuli kerrasta kunnioitettu henkilö. Mainonta lisääntyi merkittävästi, kun autoja alkoi olla paremmin saatavilla. Suosituin henkilöautomalli 1960-luvulla oli Volkswagen Kupla, jonka mainonnassa korostettiin ulkomaisten, lähinnä yhdysvaltalaisen esikuvien tapaan ilmajäähdytteisyyttä ja hyvää myyntimenestystä. Auton myyntimenestyksestä ilmoiteltiin mainoksin 5000 myydyin kappaleen välein.¹⁶⁵ Muita VW:n mainosteemoja olivat auton pikkuparannukset, talviominaisuudet ja laatua kuvaavat ilmoitukset. Hyvänä esimerkkinä Volkswagenin talvimainonnasta oli mainos, jossa Kupla oli jo lähtenyt kuvasta, kun kilpailevat automallit olivat jääneet kinoksiin.¹⁶⁶ Uudenlaista mainontaa oli myös VW-Auto Oy:n tapa jakaa julkisesti palkintoja ensimmäisille ja ansi-

¹⁵⁸ Ojanen 2002, s. 20. Voimavaunun mainos.

¹⁵⁹ Ojanen 2002, s. 22. Oy Konela AB:n mainos.

¹⁶⁰ TM 8/1973, s. 158. Simca mainos.

¹⁶¹ TL 1/1976, s. 27. Saab mainos.

¹⁶² Bremer & Solanne 1982, s. 58.

¹⁶³ Ojanen 2002, s. 15.

¹⁶⁴ Hytönen 1993, s. 80.

¹⁶⁵ Ojanen 1998a, s. 74.

¹⁶⁶ Sedgwick, s. 143.

oituneille Kuplalla yli 100 000km ajaneille henkilöille. Palkintoina oli mm. kunniakirjoja, hopealautasia ja kultaisia VW-neuloja.¹⁶⁷

Uutena automarkkinointiin 1960-luvulla tulivat myös erilaiset tempaukset, joilla haettiin paitsi herättää huomiota, niin myös osoittaa autojen lujuuksia. Tässä asiassa Auto-keskus Oy teki uraauurtavaa mainontaa, pyrkiessään esittelemään uutta japanilaista Datsunin automerkkiä suomalaisille. Datsunin ensimmäinen Bluebird-malli ei ollut teknisesti mitenkään erikoinen, joten markkinoinnissa keskityttiin kestävyuden todistamiseen. Niinpä teekkarit ajoivat Datsunilla yli 100 000 kilometrin matkan kuudessa viikossa, mikä oli tuonaikaisella autolla erittäin merkittävä suoritus. Tämä tempaus oli myös vahvasti näkyvillä lehdistössä ja toreilla. Myös ensimmäinen kolariin joutunut Datsun purettiin, jotta yleisölle voitiin esitellä auton vahvaa erillisrunkorakennetta. Edellisten ohella Datsun Bluebirdilla hypättiin Turengin mäkihyppytorista 77km/h vauhdilla. Auto ja kuljettaja kestivät hyvin tämänkin. Datsunin rohkeat markkinatempaukset olivat paitsi ainutlaatuisia niin myös tehokkaita, sillä merkin myynti kasvoi voimakkaasti 1960-luvun lopulla.¹⁶⁸

Muutkin maahantuojat alkoivat innostua mainostempauksista. Fiatin uusi 124-malli pudotettiin näyttävästi lentokoneesta maahan vuonna 1966¹⁶⁹ ja teekkarit tekivät testin mainosmielessä myös uudella Moskwitchilla¹⁷⁰. Volkswagenia puolestaan houkuteltiin koeajamaan Tampereella vuonna 1965, jolloin järjestettiin samalla vaatteiden muotinäytely.¹⁷¹ Uutta Moskwitch Eliteä ei tempauksista ja runsaista mainoksista huolimatta ostettu yhtä innokkaasti kuin esimerkiksi Volkswagenia. Moskwitchia suosivat myös muiden itäautojen tapaan edulliset osamaksuehdot, jotka olivat mainonnassa vahvasti esillä.¹⁷² Moskwitchia mainostettiin autolehdissä paljon erilaisin teemoin ja eduin, joista mielenkiintoisimpia olivat varustukseen lisätty yllätyslahja, joka oli purkillinen kaviaaria hanskalokerossa sekä ”*Reilupaukku!*”-teema, jossa mainokseen oli kuvattu rahaa sisältänyt dynamiittipötkö.¹⁷³ Edellisten mainosteemojen ohella Konela Oy turvautui jo 1960-luvulla muun muassa arvontoihin, joissa palkintona saattoi olla televisio tai matka:” *Voitatakaa vappumatka Moskovaan tai Leningradiin. Koeajakaa Elite.*”¹⁷⁴. Arvontoja oli myös

¹⁶⁷ Ojanen 1998a, s. 20.

¹⁶⁸ Jääskeläinen 2005, s. 15; TM 16/1992, s. 92–93. ”Takaisin juurilleen”.

¹⁶⁹ Bremer & Solanne 1982, s. 45.

¹⁷⁰ TM 3/1966, s. 9. Moskwitch mainos.

¹⁷¹ Ojanen 1998a, s. 69.

¹⁷² TM 15/1967, s. 4. Moskwitch mainos.

¹⁷³ TM 4/1969, s. 79; TM 8/1968, s. 50–51. Moskwitch mainoksia.

¹⁷⁴ Ojanen 2002, s. 31. Moskwitch mainos.

muun muassa General Motorsilla, joka järjesti etsintäkilpailun, jonka tarkoituksena oli etsiä tietyn mittainen, Opel Kadettiin sopiva perhe. Palkintona tarjottiin Mallorcan matkaa sekä löytäjälle että perheelle.¹⁷⁵

Automyynnin ensimmäisinä taantumavuosina monet maahantuojat turvautuivat yhteismainoksiin muiden tuotteiden kanssa. Esimerkiksi Lamy Corona kuivamustekynää mainostettiin yhdessä Korpivaara Oy:n tuoman Toyota Coronan kanssa ja ilmeisesti myös Kansallis-Osake-Pankki oli mukana mainoksissa, koska taustakuvissa näkyi aina kyseinen pankki.¹⁷⁶ Myös Minin hurjaa vauhtia kuvattiin Minolta kameralla yhteismainoksessa vuonna 1967.¹⁷⁷

Autojen turvallisuus ei vielä 1960-luvun alussa esiintynyt kovinkaan monessa automainoksessa mutta liikenneonnettomuuksien jatkuva kasvu 1970-lukua lähestyttäessä toi turvallisuuden entistä merkittävämmäksi mainosteemaksi. Saabin mainoksessa pyrittiin vetoamaan voimakkaasti tunteisiin: ”Ajoturvallisuudesta ette milloinkaan maksa niin raskain sydämin – kuin siitä toisesta vaihtoehdosta”¹⁷⁸.

3.2 Taloudellisuuden ja käytännöllisyyden aika

Uusi vuosikymmen, kasvaneen autoilun mukanaan tuomat ongelmat ja kansainväliset energiakriisit toivat automainontaan myös aivan uusia arvoja ja teemoja, joista merkittävimmät olivat turvallisuuden ja taloudellisuuden korostaminen.¹⁷⁹ Automainosten ohella tupakka, alkoholi, uudet autovarusteet ja huoltoasemat olivat entistä enemmän mainostuksen kohteena autolehdissä 1970-luvulla.

Uudet teemat näkyivät eri automerkkien mainonnassa varsin monipuolisesti. Erityisesti Volvo ja Saab ottivat mainoksissaan turvallisuuden yhä voimakkaammin esille.¹⁸⁰ Myös vanhoja pinttyneitä käsityksiä autojen ominaisuuksista pyrittiin mainonnan avulla oikomaan. Esimerkiksi raskaana pidettyä Volvoa mainostettiin vuonna 1978 kevyeksi ajettavaksi. Samalla todettiin kevyen ajettavuuden olevan osa turvallisuutta.¹⁸¹ Sikäli ei

¹⁷⁵ TM 18/1966, s. 67. Opel mainos.

¹⁷⁶ TM 3/1967, s. 48. Yhteismainos.

¹⁷⁷ TM 6-7/1967, s. 150. Yhteismainos.

¹⁷⁸ TM 2/1970, s. 53. Saab mainos.

¹⁷⁹ Hytönen 1993, s. 80. Myös Bremer & Solanne 1982, s. 49.

¹⁸⁰ Georgano 1992, s. 212; TM 12/1975, s. 90–91. Saab mainos.

¹⁸¹ TL 4/1978, s. 59. Volvo mainos.

ihmekään, että turvallisuus oli yhä merkittävämpi teema, sillä 1970-luvun alku oli liikenteessä hyvin synkkää aikaa.

Autourheilun merkitys mainonnassa jäi pieneksi energiakriisin jälkeen uusien käytännöllisten arvojen vallatessa ilmoitukset. Pienintä Fiatin 126 mallia mainostettiin taloudellisena perheautona, vaikka autoon hädin tuskin mahtui kaksi aikuista. Teema oli kuitenkin ajanmukainen: ”*Millä autolla aiotte ajaa kun bensiini maksaa 2mk/litra?*”¹⁸². Myös isompaa itäautoihin lukeutuvaa Fiat 125P-mallia markkinoitiin taloudelliseksi kattonopeuksilla.¹⁸³ 1970-luvulla puhuttaneet kattonopeudet olivat näkyvästi esillä myös Peugeotin mainonnassa, joissa pyrittiin perustelemaan miksi nopeusrajoitusten aikana tarvitaan entistä suurempia autoja.¹⁸⁴

Jo 1960-luvulla oli autonostajia houkuteltu erilaisin arvonnoin koeajolle. Arvontojen oli nähtävästi huomattu tuovan asiakkaita liikkeisiin, sillä 1970-luvulla arvontoja järjestettiin edelleen. Esimerkiksi Renaultia mainostettiin kyseisellä temalla näyttävästi: ”*Koeajakaa itsenne Ranskaan. Mukavasti.*”¹⁸⁵. Auto-Rex Oy:ssä oltiin myös rohkeita, sillä pientä Renault 5-mallia verrattiin mainoksessa kalliiseen Rolls Royceen ja samalla korostettiin kumpienkin merkkien tilavuutta, mukavuutta ja korkeaa varustetasoa.¹⁸⁶ Renaultin kauppa ei kuitenkaan ahkerasta mainonnasta huolimatta käynyt kärkeimerkkien vauhtia. Osa syy varmasti löytyi merkin hinnoittelusta ja maineesta.

Käytännöllisyyden aikakaudelle kuvaava mainos oli myös pelkistetty Wartburgin mainos, jossa auton todettiin olevan huono sijoitus ja Wartburgin ostaja menettää autonhankkijoista vähiten.¹⁸⁷ Perinteistä järkeen vetoavaa mainontaa edustivat muun muassa Toyota ja Volkswagen, jotka mainostivat kestävyydellä ja taloudellisuudella 1970-luvun puolivälissä. Toyota mainosti edellisten teemojen ohella myös edistyneisyydellä ja teknisillä innovaatioilla, joista mainittiin paitsi vakionopeudensäädin, mutta myös niin yksinkertainen asia kuin avain, joka käy lukkoon kumminkin päin.¹⁸⁸

Erikoisempia mainoksia 1970-luvulla olivat muun muassa iloiseksi mainoksessa kehu-
tun englantilaisen Austin Allegron värikäs ”hippitemainen” ilmoitus¹⁸⁹, jolla ilmeisesti

¹⁸² TM 4/1974, s. 38. Fiat mainos.

¹⁸³ TM 7/1974, s. 144–145. Fiat mainos.

¹⁸⁴ TM 13/1973, s. 93. Peugeot mainos.

¹⁸⁵ TM 4/1975, s. 100–101. Renault mainos.

¹⁸⁶ TL 4/1976, s. 44. Renault mainos.

¹⁸⁷ TM 3/1975, s. 92. Wartburg mainos.

¹⁸⁸ TM 2/1973, s. 63. Toyota mainos.

¹⁸⁹ TM 15/1974, s. 105. Austin mainos.

haluttiin vaikuttaa nuorimpiin auton ostajiin. Tuo edistyksellinen, mutta erikoinen automalli ei kuitenkaan saanut suurta suosiota huonon laatuunsa ja neliskulmaisen ohjauspyöränsä vuoksi. Erikoisuutta tavoitteli myös uutta Ladaa mainostanut Konela Oy, jonka 1970-luvun Lada-mainokset olivat kauniisti kuvattuja ja tyylikkäitä. Niillä pyrittiin vetoamaan selvästikin nuoriin autonkäyttäjiin, sillä Ladan vierelle oli usein kuvattu rakastunut nuoripari. Mainoksen otsikko viittasi rakkauteen: ”*Ensisilmäyksellä*”¹⁹⁰.

Jo aiemmilla vuosikymmenillä automaahantuoja pestasivat julkisuuden henkilöt mainostamaan automerkkejään erilaisin sponsorisopimuksin. 1980-luvulla ilmiö sai uutta voimaa, kun myös muut kuin autourheilijat ja missit asettuivat entistä enemmän automerkkien kannattajiksi. ”*Mielestäni Fiat sopii hyvin naisen ”käteen”, bodasit tai et!*”,¹⁹¹ näin Kike Elomaa mainosti Fiatia 1980-luvun alussa ja saman vuosikymmenen lopulla Haka-Autossa päätettiin hyödyntää mäkihyppääjä Matti Nykäsen menestystä uuden Mazda 626:n mainonnassa: ”*Matti. Mazda. Päämäärä. Mestari. Mestarin ote on varma. Suoritusvarmuus on kaiken summa...*”¹⁹². Skoda hankki mainoksiinsa myös tavallisia autoilijoita putkiasentajista päätoimittajiin kertomaan autonsa hyvyydestä. Tavallisten ihmisten mainoksissa käyttäminen saattoi johtua siitä, että julkisuuden henkilöt eivät ehkä suostuneet mainostamaan itäautoa.¹⁹³

Vuosikymmenen alun mainokset eroavat melko selvästi vuosikymmen lopun teemoista ja muistuttavatkin 1970-luvun arvoja edustavaa automainontaa. Vielä 1980-luvun alussa erikoismallien ja urheilullisuuden sijaan korostuu käytännöllisyys ja kestävyys. Urheilullisuudestaan tunnettu BMW:n mainosti uutta sähköisellä polttoaineensuihkutuksella varustettua 318i-malliaan edeltäjäänsä taloudellisempana.¹⁹⁴ Televisiomainosten osalta aktiivisten miesten rooli väheni ja automainonta tasa-arvoistui, sillä myös TV-automainosten suuntaaminen naisille yleistyi.

Autoliikkeisiin houkuteltiin asiakkaita yhä aiempaa enemmän muun muassa matkarvontojen tai koeajolahjojen muodossa. Esimerkiksi koeajamalla Ladan saattoi voittaa matkan Moskovan olympiakisoihin¹⁹⁵ ja Volkswagen oli liittänyt Tuulilasin mukaan henkilökohtaisen koeajokortin, jolla pääsi koeajolle ja osallistui vielä Los Angelesin kesä-

¹⁹⁰ TM 7/1973, s. 92–93. Lada mainos.

¹⁹¹ Bremer & Solanne 1982, s. 61.

¹⁹² TL 12/1988, s. 88–89. Mazda mainos.

¹⁹³ TL 10/1981, s. 85. Skoda mainos.

¹⁹⁴ TL 1/1981, s. 85. BMW mainos.

¹⁹⁵ TL 5/1980, s. 131. Lada mainos.

olympialaismatkan ja peräti Volkswagen Golf-auton arvontaan.¹⁹⁶ Fiatiin tutustumalla saattoi joku onnekas päästä Rooman matkalle.¹⁹⁷ Usein palkintomatkat suuntautuivat auton kotimaahan, mutta poikkeuksiakin oli, kuten saksalaisen VW:n tapaus osoittaa. Arvontojen ohella erilaiset tempauksetkaan eivät jääneet vain 1960-luvun ilmiöksi, sillä Datsunin maahantuoja Autokeskus Oy haastoi Tekniikan Maailman toimittajat ajamaan kaksi uutta Datsun Cherryä Bangkokista Suomeen vuonna 1978 ja näin Datsun sai enempi huomiota myös autolehden sivuilla, mutta myös automainoksissa, jotka seurasivat uuden mallin matkaa kohti Suomea.¹⁹⁸

Teemoiltaan erikoisempia lehtimainoksia oli muun muassa Fiatilla ja Scan-Auto Oy:n edustamilla merkeillä. Fiat Pandan mainoksessa korostettiin vapaan liikkumisen iloa ja autoa elämäntapana.¹⁹⁹ Fiatin - 1960-luvun naisille suunnattua mopedimainontaa muistuttava - teema ei tainnut menestyä, sillä Panda jäi Suomessa harvinaiseksi automalliksi. Toinen voimakkaasti tunteisiin ja arvoihin vetoava esimerkki oli Talbot-mainos vuodelta 1980. Mainoskuvassa oli Talbot ja taustalla sisävesilaivoja, joiden perässä liehuivat Suomen liput. Mainos kehotti täyttämään kansalaisvelvollisuuden ja koeajamaan kotimaassa valmistettu Talbot.²⁰⁰ Myös Saabin mainonnassa kotimaisuus oli hyvin esillä sekä 1970-luvun että 1980-luvun alussa, tosin ei yhtä tunneperäisesti kuin Talbotilla. Saabin ostoa perusteltiin lukuisin järkisyin, joista esimerkkinä: ”Suomeen valmistetut Saab-autot eivät rasita maamme kauppasetta”²⁰¹. Myös Ford mainosti Sierra-malliaan vähemmän vaatimattomasti kehuen auton olevan ”täydellinen ajonautinto”²⁰². Vuonna 1983 omanlaisensa massiivinen mainoskampanja oli meneillään Nissanilla, jonka nimi oli juuri esitelty korvaamaan suosittu Datsun-merkki. Nissan mainonta korosti Datsunin tapaan laajaa mallistoa ja laatua, mutta myös jatkuvuutta.²⁰³ Aiemmin Datsunin kampanjat liittyivät lähinnä korostamaan merkin kestävyyttä ja pientä kulutusta. Vaatimatonta merkin mainostaminen ei silti aina ollut: ”Ei mikään auto ole silti täydellinen. Esim. kovassa käytössä Datsunkin likaantuu”²⁰⁴.

¹⁹⁶ TL 5/1984, takakansi. VW mainos.

¹⁹⁷ TL 2/1977, s. 19. Fiat mainos.

¹⁹⁸ TM 20/1987, s. 26. ”Nollasta nousuun”.

¹⁹⁹ TL 6/1983, s. 94. Fiat mainos.

²⁰⁰ TL 5/1980, s. 2-3. Talbot mainos.

²⁰¹ TL 7/1976, s. 58–59. Saab mainos.

²⁰² TL 5/1984, s. 112. Ford mainos.

²⁰³ TL 8/1983, s. 94–95. Nissan mainos.

²⁰⁴ TL 10/1981, s. 118–119. Datsun mainos.

1980-luvun automainosten käytännöllisyydestä hyvänä esimerkkinä oli muun muassa Mercedes-Benzin maahantuojä Veho Oy:n mainos. Mainoksessa mainostetaan paitsi merkkiä niin myös kunnostettuja Mercedes-vaihtoautoja näyttävästi otsikolla: ”*Tämän Mercedes-Benzin ja tavallisen auton ero on 470000 kilometriä*”²⁰⁵. Mainoksella haluttiin korostaa merkin kestävyyttä ja samalla houkuttaa ihmisiä valitsemaan käytetyn Mercedesin uuden pienemmän automerkin sijaan. Epäilemättä ”Mersut” olivatkin kestäviä, mutta mainoksessa ei tietenkään mainittu mitään siitä, että monet käytetyt vaihtotähdet olivat olleet kuluttavassa taksikäytössä. Muita Mercedes-Benzin mainosteemoja olivat turvallisuus ja tekninen edistyskellisyys.

Järkeen ja käytännöllisyyteen vedottiin Mersun ohella myös muun muassa Peugeotilla esittelemällä lukuisia hyviä syitä valita juuri kyseinen merkki. ”*Harkitsetko Nissanin, Hondan, Opelín, Fiatín, VW:n tai Fordín hankkimista? Harkitse uudelleen...*”²⁰⁶. Vuoden 1981 mainoksessa isoa Peugeot-mallia mainostettiin isoksi, edulliseksi ja taloudelliseksi.²⁰⁷ Tämän mainoksen voi jopa katsoa olevan täydellinen vastakohta vuosikymmenen lopun vauhdikkaille mainoksille. Käytännöllistä oli myös Peugeotin mainos, jossa keuhuttiin merkin ruostesuojausta Suomen parhaaksi vuonna 1985.²⁰⁸ Kyseinen mainos oli epäilemättä vastaisku helposti ruostuvan ranskalaisen auton maineelle, joka pohjautui aiemman vuosikymmenen tuotteisiin. Ruostesuojausta mainosti 1980-luvulla myös muun muassa myynneissä 1970-luvulta asti hiipunut Volkswagen. Muita teemoja VW mainonnassa oli saksalaisuuden korostaminen sekä Kuplan maineesta muistuttaminen. Esimerkiksi vuoden 1981 mainoksessa uuden VW Derbyn takana on Kuplan kuva ja uutta mallia markkinoidaan uutena kansanautona.²⁰⁹ Itäautojen mainonnassa yleisin teema liittyi hintaan, talvivarmuuteen, uuteen moottoriin tai juhlaruusteluun koko 1970- ja 1980-lukujen ajan: ”*Entistä edullisempi Skoda on ilo kukkarolle: Reilu 4-ovinen nyt alle 26.000 mk!*”²¹⁰; ”*Warren omistajana Sinullekin jää varaa vaikkapa etelänmatkaan.*”²¹¹. Itäautoista myös Ladan mainonta keskittyi 1970-luvun lopussa ja 1980-luvun alussa järkevän valinnan korostamiseen tunteisiin vetoavien mainosten sijaan.

²⁰⁵ TL 7/1985, s. 76-77. Mercedes-Benz mainos.

²⁰⁶ TL 8/1984, s. 22-23. Peugeot mainos.

²⁰⁷ TL 3/1981, s. 67. Peugeot mainos.

²⁰⁸ TL 7/1985, s. 2-3. Peugeot mainos.

²⁰⁹ TL 3/1981, s. 99. VW mainos.

²¹⁰ TL 7/1985, s. 87. Skoda mainos.

²¹¹ TL 10/1981, s.120. Wartburg mainos.

Mazdaa puolestaan mainostettiin Volkswagenin tapaan myyntimenestyksellä.²¹² Toyotan mainokset eivät Fordin tapaan olleet vaatimattomia, sillä vuonna 1981 Corollaa mainostettiin harvinaisemmilla teemoilla turvalliseksi ja maailman ostetuimmaksi. Sen sijaan väite kestävimmästä autosta jäi mainoksessa täysin perustelematta.²¹³ Toyota myös monien muiden merkkien tapaan hyödynsi saamiaan testimenestyksiä ja mainostikin muun muassa uutta etuvetoista Carina II -mallia testivoitolla.²¹⁴ Testivoittoa kannattikin mainostaa, sillä aiemmilla takavetoisilla Carina-malleilla niitä aiemmin ei juuri ollut saavutettu. Testimenestyksiä lainattiin muillakin merkeillä vaihtelevaan tyyliin ja niinpä eräässä Volkswagenin pakettiautomainoksessa Tuulilasin vertailun yhteenvedosta oli mukaan kelpuutettu vain kyseistä automallia koskeneet keuhut. Tuulilasin toimituksessa närkästyttiin suuresti siitä, että mainoksessa ei mainittu myös testiraportin lainauksen alkuosaa, jossa kerrottiin kyseisen automallin huonoista puolista ja siitä, mihin käyttöön he autoa olivat suositelleet.²¹⁵

Huomattavaa 1980-luvun alun automainoksille on myös diesel-mallien näkyvä mukana olo sekä etuvetoisuuden etujen korostaminen, olihan tuolloin vielä monet tavalliset perheautot takavetoisia ja siten talvella huonompia kulkemaan lumisissa olosuhteissa. Dieselin taloudellisuudesta hyvänä esimerkkinä oli pienen tuntemattoman japanilaisen Daihatsun mainos, jonka mukaan yritys on maailman vanhin moottorivalmista ja uusi Charade diesel luokkansa vähäruokaisin auto vieden vain 2,7 litraa sadalla kilometrillä tasaisella 60km/h ajolla.²¹⁶ Auto varmasti oli taloudellinen, mutta varmasti myös hidas ja kulutuskin saattoi olla todellisuudessa suurempi.

Vaikka käytännölliset teemat seurasivat mainonnassa vielä 1980-luvun alussa, niin autojen esteettinen mainostaminen 1980-luvulla yleistyi ja alkoi vuosikymmenen edetessä syrjäyttää ”järkisyyt”.²¹⁷ Auton piti näyttää kuvissa houkuttevalta ja kauniilta. Yhä useammin mainoskuvat tehtiin ulkoilman sijaan studiossa, jossa auton oli oltava puunatuna ja taustahäivytettynä: ”...laitetaan lisäksi lyijypainoja autoon, koska jousitus muuten uutuuttaan nostaa korin peräpäähän luonnottoman korkealle. Toisin päin taas jouduttiin tekemään silloin, kun kaksikymmentä tyttöä sulloutui neljän hengen pikkuautoon. Sen

²¹² TL 11/1984, s. 14–15. Mazda mainos.

²¹³ TL 10/1981, s 2-3. Toyota mainos.

²¹⁴ TL 11/1984, s. 106–107. Toyota mainos.

²¹⁵ TL 2/1984, s. 5.

²¹⁶ TL 9/1983, s. 109. Daihatsu mainos.

²¹⁷ Kilpiö & Toiskallio 2001, s.166, 176.

jousitusta piti auttaa auton alle asetetulla tunkilla”²¹⁸. Myös kauniiden maisemien käyttäminen taustakuvina yleistyi selvästi.

3.3 Tehon ja yritysautoilun aika

Tyypillistä 1980-luvun lopun automainoksille oli ilmoittaa autoedun verotusluokat, joihin kyseiset automallit kuuluivat: ”*BMW esittelee verouudistusmallinsa. Enemmän tehoa. Vähemmän veroluokkia. Uusi BMW 316i.*”²¹⁹ Myös autotarvikkeiden uutuuksia mainostettiin ahkerasti, niinpä suksiboksit ja NMT-puhelimet olivat näkyvästi esillä vuosikymmenen lopun mainonnassa. Nämä edellä kuvatut ilmiöt kertovat hyvin yhteiskunnan taloudellisesta kasvusta ja tilanteesta, jossa työsuhdeautojen määrä oli voimakkaassa kasvussa. Esimerkiksi Honda mainosti teknistä etumatkaansa kertomalla formula 1-kilpailuissa saavutetusta menestyksestä, aerodynaamisesta muotoilusta, ylellisestä varustelusta sekä ilmoittamalla suoritusarvot, verotusluokat ja hinnat sekä autoille että leasing-sopimuksille.²²⁰ Tehon ja yritysautoilun aikakaudelle tyypillistä oli, että 1970-luvulla suosittu taloudellisuus ja turvallisuus olivat teemoina unohtuneet automainonnasta lähes täysin. Kaikkia vanhoja mainosteemoja ei kuitenkaan oltu unohdettu, sillä muun muassa Peugeot vetosi rallin maailmanmestaruuksiin vielä menestysvuosienkin jälkeen mainostaessaan merkkihuoltoaan.²²¹ Peugeot mainosti paljon myös autovertailu voitoillaan. Esimerkiksi Peugeot 405:n mainoksessa vuonna 1988 esiteltiin peräti neljä auton saamaa tunnustusta.²²²

Etenkin 1980-luvun parin viimeisen vuoden automainoksille oli hyvin tavanomaista esitellä malliston tehokkainta versiota suoritusarvoineen. Niinpä esimerkiksi urheilullista Ford Orion GT-mallia mainostettiin: ”*Jossain päin maailmaa perheesikin huomaa, että GT on enemmän kuin kaksi kirjainta nimen perässä*”²²³. Vielä muutamaa vuotta aiemmassa Ford Orionin mainoksessa perhe on piknikillä rannalla grillaamassa makkaroita ja ainoa mainostettu ominaisuus on auton tavaratilan koko.²²⁴ Fordin tapaan myös Mazda mainosti käytännöllistä mutta silti urheilullista automallia: ”*Mazda 323 F on kokonaan*

²¹⁸ Laakso 1994, s. 150.

²¹⁹ TL 11/1988, s. 110–111. BMW mainos.

²²⁰ TL 12/1988, s. 2-3. Honda mainos.

²²¹ TL 11/1989, s. 64–65. Peugeot mainos.

²²² TL 8/1988, s. 2-3. Peugeot mainos.

²²³ TL 7/1989, s. 74–75. Ford mainos.

²²⁴ TL 1/1987, s. 45. Ford mainos.

*uusi korityyppi, 5-ovinen urheilullinen Coupe, trendinluoja.*²²⁵ Trendiauto kuulosti ja näytti hyvälle ja Mazdoja menikin mukavasti kaupaksi ennen 1990-lukua. Mazdalle ominaista 1980-luvun lopun mainonnassa oli myös pitkän takuun korostaminen, sillä kyseinen merkki oli tuolloin ainoa, joka myönsi autoilleen peräti kolmen vuoden mittaisen takuun. Volkswagen jatkoi 1980-luvun lopullakin myyntimenestyksellä mainostamistaan. Suomessa menestys ei yltänyt Euroopan tasolle, joten Golfia mainostettiinkin: ”*Euroopassa ykkönen*”²²⁶. Mainoksen kuvassa oli luonnollisesti urheilullinen GTI-malli eikä auton kulutuslukemista kerrottu tässäkään tapauksessa lainkaan.

Poikkeuksiakin mainosten joukosta löytyi, sillä esimerkiksi Toyota mainosti Corollan moniventtiilimoottoria paitsi kestävyydellään niin myös vähäpäästöisenä ja taloudellisenä: ”*Toyotan edistyksellinen tekniikka tarjoaa huomattavaa taloudellisuutta*”²²⁷. Poikkeavaa mainoksessa oli myös se, että moottorien hevosvoimista tai autoveroluokista ei mainittu sanallakaan. Toisaalta kyse oli Toyotan pienimmistä malleista, joten sikäli mainos ei ollut suunnattukaan työsuhdeautoilijoille. Tietysti Toyota mainosti myös tehokkaampia moniventtiilimoottoreitaan ja tuolloin pieni kulutus ei ollut mukana mainosteksissä aivan yhtä näyttävästi, mutta mainitsematta se ei silti jäänyt.²²⁸ Toyotan tapaan myös toinen myyntitilastojen kärkimerkki Nissan mainosti taloudellisuudella ja ympäristöystävällisemmällä tekniikallaan yllättävän varhain jo vuonna 1986.²²⁹ Nissanin muita teemoja olivat muun muassa hinnoittelun ja varustelun mainostaminen.

Kestävyuden korostaminen ei enää 1980-luvun lopulla kuulunut mainostajien suosikiteemoihin. Kestävyyttä tärkeämmäksi teemaksi osoittautuivat autojen ominaisuudet ja niinpä esimerkiksi Fiat mainosti pientä Unoa kivaksi ajettavaksi, mutta nyt myös lämpimäksi matkustaa talvella.²³⁰ Fiat oli kyllä ollut hyvän ajettavan maineessa jo pitempään, mutta aiemmat mallit olivat olleet kylmiä talvikäytössä. Mainoksen tarkoitus oli varmasti hälventää näitä vanhoja mielikuvia italialaisen auton sopimattomuudesta Suomen talveen.

Joidenkin automerkkien mainonnassa säilyivät samat teemat lähes koko vuosikymmenen vain hieman muovautuen. Etenkin BMW, Honda ja Toyota vetosivat edistykseen, kun taas esimerkiksi Skodaa pyrittiin mainostamaan lähinnä hinnalla. Volvoa, Saabia ja Mercedes-Benzä lukuun ottamatta turvallisuus ei ollut vielä 1980-luvun lopulla merkit-

²²⁵ TL 11/1989, s. 52–53. Mazda mainos.

²²⁶ TL 11/1988, s. 24–25. VW mainos.

²²⁷ TL 7/1988, s. 60–61. Toyota mainos.

²²⁸ TM 11/1986, s. 16–17. Toyota mainos.

²²⁹ TM 11/1986, s. 128–129. Nissan mainos.

tävä teema mainonnassa. Aivan 1980-luvun lopun – lähinnä vuoden 1989 automainoksille oli tyypillistä esitellä edustus- ja urheiluautoja sekä pieniin verotusluokkiin sopivia GTI-malleja. Esimerkiksi vuonna 1989 yhden Tekniikan Maailman numeron seitsemästä automainoksesta kaikki olivat juuri edellä kuvatun kaltaisia, kun taas vuoden 1986 lehden viidestä mainoksesta vain kaksi esitteli urheilullisempia malliversioita.²³¹

3.4 Mielikuvat auton valinnan ohjaajina

Autojen alkaessa yleistyä ne alkoivat erottua toisistaan ominaisuuksiensa perusteella yhä selvemmin. Ne olivat yhä harvemmin vain ”herrojen” autoja ja yleisesti vain autoja. Autojen välille alkoi muodostua statuseroja, sillä pelkästään auton omistaminen ei enää ollut yhtä merkittävä merkki sosiaalisesta asemasta ja varallisuudesta, kuten vielä vaikka 1950-luvulla tai aiemmin. Autoistumisen myötä myös eri autoihin ja autojen valmistusmaahan liittyvät mielikuvat heräsivät ja voimistuivat käyttäjäkokemusten mukaan: ”*Auto on intiimi asia. Suomalainen saattaa kyllä haukkua tai ainakin vähätellä menopeliään, mutta tämä on usein vain merkki läheisyydestä ja kiintymyksestä*”²³².

Mielikuvat ja tietysti mielikuviin vaikuttanut mainonta eri autoista alkoivat myös vaikuttaa vähitellen ihmisten tekemiin ostopäätöksiin. Esimerkiksi auton kestävyys oli ostoperusteissa melko tärkeä koko ajanjaksolla ja tuo kestävyyshän tulee ilmi vasta kokemusten myötä. Hyvät kokemukset tietyistä autoista varmasti auttoivat myyntiä, mutta myös onnistuneella mainonnalla voitiin saada aikaan hyviä tuloksia. Esimerkiksi Autokeskus Oy:n ”Datsun kestää”-kampanja loi varmasti positiivista mielikuvaa kyseistä automerkkiä kohtaan. Samanlainen säilyvä ostoperuste oli myös mielikuva autojen myynti- ja huoltopalveluita kohtaan. Huonosti hoidetut takuuasiat saivat monet vaihtamaan autokauppaa ja ehkä automerkkiäkin. Tutkimusaikavälillä sen sijaan esimerkiksi huippunopeuden arvostus laski nopeusrajoitusten myötä, kun taas esimerkiksi käytännönsuorituskyvyn, kuten kiihtyvyyden ja taloudellisuuden suhde tulivat tärkeämmiksi valintakriteereiksi etenkin 1970-luvun lopussa ja 1980-luvulla. Mielikuva nopeasta autosta oli 1960-luvulla ihailun kohteena, kun taas 1970-luvulla arvostettiin enemmän autoa, jonka ajateltiin kuluttavan polttoainetta vähän. Muita auton valintaan liittyviä vastaavia kriteerejä olivat muun muassa urheilullisuus, tilat, käyttöominaisuudet ja ulkonäkö, joihin kaikkiin

²³⁰ TL 3/1988, s. 44–45. Fiat mainos.

²³¹ Esimerkissä lehdet: TM 9/1989 ja TM 11/1986.

²³² Välimäki 2005, Yhteishyvä 12/2005 s. 62.

myös mielikuvilla voitiin vaikuttaa.²³³ Esimerkiksi autoa voitiin markkinoida urheilullisena ja auto saattoi saada autonkäyttäjien keskuudessa urheilullisen auton leiman, koska samannäköisellä ajokilla oli voitettu ralleja. Todellisuudessa tuosta tavallisesta ralliautosta poikkeavasta perheautosta tuskin löytyi mitään urheilullisempaa kuin muistakaan vastaavan hintaisista autoista. Suomessa autoihin ja autojen aiheuttamiin mielikuviin suhtauttiin suhteellisen vakavasti, vaikka Suomi ei olekaan ollut varsinainen autoteollisuusmaa.

Suomalaisten suhtautumisesta autoihin ja autoiluun kertoo hyvin iltapäivälehdessä otsikko: ”*Nissan-kuski takoi Mersun rusinaksi*”²³⁴. Mielenkiintoista otsikossa ja uutisessa oli, että osalliset henkilöt nimettiin automerkin mukaan. Otsikon taustalla vaikutti tilanne, jossa kallista Mercedes-Benzia kuljettaneen ajotapa ärsytti Nissanilla ajanutta miestä. Stereotyyppien mukaan Mersuilla ajetaan usein röyhkeästi ohitellen. Uutisessa kuitenkin kuvataan Nissan kuljettajaa aggressiiviseksi ja samalla luodaan helposti mielikuva siitä, että Nissanilla ajavat ovat useimmiten kateellisia Mersujen omistajille ja lisäksi samalla vielä väkivaltaisia. Lisäksi artikkeli korosti Mercedestä kalliina arvoautona. Artikkelin mielenkiintoa lisää se, että automerkit mainitaan. Tuskin monikaan kiinnostuisi jutusta, jos kerrottaisiin vain maantiellä tapahtuneesta välikohtauksesta, jossa toinen autoilija rikkoi toisen ajokkia vihastuttuaan hänen ajokäyttäytymisestään. Tämä uutinen vahvistaa käsitystä siitä, että autot ja automerkkeihin liittyvät mielikuvat ovat lokeroineet suomalaisia autoilijoita erilaisiin asemiin aina 1960-luvulta lähtien.

Vuonna 1980 Taloustutkimus Oy:n Tuulilasille tekemissä tutkimuksessa analysoitiin eri merkillä ajavia autoilijoita, joista muutamia esimerkkejä seuraavassa.²³⁵ Datsuneilla ajavia tutkimus piti järkevinä, menevinä, mutta rauhattomina ja huumorintajuttomina. Fiatilla ajavat todettiin aikaansa seuraaviksi ja järkeviksi. ”Nousukkaita” heidän ei todettu olleen, vaikka itseään osasivatkin kehuakin. Fordin tyypillinen omistaja oli kansainvälinen, liikenteessä turvallinen ja rauhallinen. Negatiivisina puolina Ford-kuskeista nähtiin mahtailevuus ja huumorintajuttomuus. Ladan omistajia arvioitiin rauhallisiksi ja huumorintajuisiksi, mutta muita yksinkertaisemmiksi, liikenteessä vaarallisiksi ja viinaan meneviksi. Opel-kuljettajat analysoitiin turhan tärkeiksi konservatiiveiksi, jotka ovat myös älykkäitä ja hyviä perheenisiä. Saabisteja pidettiin älykkäinä, kunnianhimoisina ja menevinä mutta myös röyhkeinä liikenteessä sekä rauhattomina henkilöinä. Toyotan omistajia

²³³ Moisala 1983, s. 303.

²³⁴ Uutisotsikko ja siihen liittyvä juttu: Ilta-Sanomat 31.3.2006 (www).

²³⁵ TL 6/1980, s. 64–68; TL 8/1980, s. 26–28. ”Minkälainen olet – autonomistaja”.

pidettiin menevinä, aikaansa seuraavina, mutta huumorintajuttomina ja viinaan menevinä. Volkswagenin omistajat puolestaan olivat rauhallisia ja yksinkertaisia henkilöitä. Menevyyttä tai ”nousukkuutta” heissä ei tuolloin nähty, mutta liikenteessä heidän todettiin olevan vaaraksi muille. Tutkimuksen otanta oli noin 300 vastaajaa, mutta jo tuolla määrällä saatiin aikaan paljon stereotyyppioita tietyillä autoilla ajavista henkilöistä. Mielenkiintoista oli, että tutkimus tehtiin nähtävästi vain miesautoilijoille.

Kokonaisuutena edellä kuvattu tutkimus kertoo paljon siitä, kuinka tärkeässä roolissa autot ovat olleet suomalaisessa maailmankuvassa. Suomalaisten vakava suhtautuminen autoihin saattoi johtua siitä, että autoistuminen tapahtui sängen myöhään ja monet vanhemmat sukupolvet muistavat auton vielä ylellisyysvälineenä. Toisaalta autosta oli tullut tärkeä liikkumisväline pitkistä välimatkoista johtuen, vaikka autoilu ei koskaan ole suomalaisille ollut mikään erityisen edullinen harrastus.

Liikennemassasta poikkeava auto on erottunut joukosta ja herättänyt heti monissa kiinnostusta siitä, millainen henkilö ratin takaa löytyy: ” *Auto paljastaa usein ainakin jotain persoonallisuudestamme, arvoistamme ja elämäntilanteestamme*”²³⁶. Auto saattoi poiketa massasta merkiltään, malliltaan, korimalliltaan, väriltään tai valmistusmaaltaan. Auton mallin perusteella voisikin ajatella, että tilavalla farmariautolla ajanut on perheelinen todennäköisemmin kuin kaksipaikkaisella urheiluautolla ajanut. Nainen löytyi useammin vaikkapa pikkuisen Nissanin ratin takaa kuin ison Mersun.²³⁷ Yhdysvaltalaisella tai neuvostoliittolaisella autolla ajanut henkilö tuskin vihasi sydämestään autonsa kotimaata, vaan pikemminkin halusi tuoda maan ihannointia esille omalla autollaan. Nämä edellä mainitut esimerkit ovat kuitenkin varsin pettäväällä pohjalla olevia yleistyksiä, sillä ratin takaa löytyi ihmisiä, joille auto ei merkinnyt muuta kuin pääsyä seuraavaan määränpäähän. Jotain todellisuuspohjaa autojen tuomissa mielikuvissa varmasti kuitenkin on ollut, sillä ”*jotkut kokeneet autokauppiat menevät jopa niin pitkälle, että väittävät pystyvänsä sanomaan ihmisen ulkonäön perusteella, minkälaista autoa hän ajaa. Vielä kokeneemmat muistuttavat, että jos valtaosa veikkauksista osuisikin oikeaan, niin poikkeuksia kaavoista on todella paljon ja ne voivat olla myös varsin railakkaita.*”²³⁸.

Yllättävän monelle autonomistajalle merkitsi autossa se, minkä maalainen se oli ja millaisia mielikuvia autosta heräsi. Amerikkalainen auto on nähty mielikuvissa usein

²³⁶ Välimäki 2005, Yhteishyvä 12/2005 s. 62.

²³⁷ Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61. Tutkimuksen mukaan Nissan Micra oli eniten naistenkäytössä oleva automalli ja Mercedes-Benzin mallit olivat selvästi ”miesten autoja”.

²³⁸ Välimäki 2005, Yhteishyvä 12/2005 s. 62.

suurena vaurauden ja tehon symbolina. Uusien ostajat ovat usein olleet yrittäjiä ja liikemiehiä, kun taas vanhemmat mallit ovat monesti olleet harrasteajokkeja. Italialaisissa autoissa on monesti nähty temperamenttia, vaikka kyse olisi ollut vain tavallisesta pienestä Fiatista. Mielikuvien mukaan esimerkiksi kallis Alfa Romeo ei ole sopinut Suomen talveen ja on autona ollut vähintäänkin oikukas, mutta omistajilleen nämä italialaiset arvoautot vaikuttavat olleen osa elämää. Heille auto on ollut paljon enemmän kuin kuluväline, se on ollut nautinto. Itäautojen jäätyä länsimaisten varjoon niiden maineeseen ja mielikuvaan alkoi yhä selvemmin liittyä poliittinen ideologia ja monet varmasti ilmaisivatkin autovalinnallaan myös omaa ideologiaansa. Tietysti oli paljon niitä, jotka ostivat itäauton puhtaasti edullisen hankintahinnan vuoksi mielikuvista piittaamatta. Japanilainen auto taas on edustanut lähinnä ehdotonta luotettavuutta, hienoa tekniikkaa, käyttövarmuutta ja järkevyyttä. Japanilainen auto, kuten Toyota, Nissan tai Mazda muistuttikin oikeastaan hyvin paljon vastaavia yleiseurooppalaisia merkkejä kuten Fordia, Opelaa tai Volkswagenia. Suuria intohimoja harvoin niihin liittyi, ne ovat kaikki olleet perusturvallisia autoja, joilla kaikki ”muutkin” ovat ajaneet: ”*Jokamies Virtanen ajaa Nissanilla tai Toyotalla, oli ikä mikä hyvänsä*”²³⁹.

Moneen kalliimpaan länsisaksalaiseen autoon usein liitettiin laatu, luotettavuus ja merkki ostajan varakkuudesta. Toisaalta esimerkiksi seikkailunhalua tai ”romantiikkaa” tuskin haettiin länsisaksalaisista Mercedes-Benzin tai Audin kaltaisista autoista. Näiden autojen ostoperusteena oli usein saksalaisuus ja usko saksalaiseen tekniseen osaamiseen – näin silloinkin, vaikka auto olisi rakennettu aivan jossain muualla kuin Saksassa. Mercedes-Benzia arvostettiin eniten ja sen maine autojen aatelina kesti vuosikymmeniä. Mainelle onkin löytynyt katetta hinnan ohella myös suunnittelusta, mutta täydellinen auto Mersukaan ei kuitenkaan ole ollut.²⁴⁰ Saksalaisista kalliimmista autoista pienimpien BMW:hen liittyvät mielikuvat 1980-lopun nousukaudesta ja siihen liittyneestä ”juppi-ilmioistä”, jossa ”nousukkailla” uraihmisillä piti olla luottokortti, matkapuhelin, golfosake, lasketteluvälineet ja tietysti BMW. Aiemmin 1970-luvun lopulla vastaava ”nousukkuus” liitettiin isoihin ruotsalaisiin Saabeihin, jotka ilmaantuivat maanteillä taakse ja menivät saman tien ohi. Ruotsalainen auto, lähinnä Volvo on edustanut monille perusturvallisuutta: ”*Sen vakiovarusteisiin mielikuvissamme kuuluu kivitalo, kaksi lasta ja lempeäsilmäinen kultainen noutaja*”²⁴¹. Volvolla ajavat ovat usein olleet tyytyväisiä siihen

²³⁹ Laakso 2003, s. 16.

²⁴⁰ TL 1/1982, s. 32–39. Kestotesti.

²⁴¹ Välimäki 2005, Yhteishyvä 12/2005 s. 64.

mitä heillä elämässään on – myös autoonsa. Volvon omistajat ovat usein myös olleet uskollisia valitsemalleen automerkille.²⁴²

Ranskalaisiin autoihin liitettiin enempi ”romantiikkaa” ja rauhallisuutta. Ranskalaisia autoja on pidetty mukavina, kauniina ja etenkin aiemmin ajateltiin, että näihin merkkeihin päätyvät ihmiset olivat usein muita taiteellisempia kulttuurin suurkuluttajia. Esimerkiksi Citroeniin päätyneet usein rakastivat autoaan, vaikka eivät ehkä ymmärtäneet tekniikasta juuri mitään. Ranskalainen auto on myös usein poikennut massasta ja osittain juuri siksi monet ovat niitä vierastaneet liian erikoisina ja teknisesti ongelmallisempina.

Omanlaisensa mielikuvat ovat sitten leimanneet ”nuorison” ja ”vanhusten” autoja. Nuorten autot ovat usein olleet vanhoja malleja, mutta ovat sitten poikenneet muista vastaavista ajokeista varusteiltaan. Nuoria on kiinnostanut usein takavetoiset automallit, joilla näyttävä ajotapa oli mahdollista. Näitä malleja olivat monet 1970-luvun ja 1980-luvun perusautot. Tehokkaat stereot, takaikkunaritilät ja spoilerit antoivat vanhoille Escorteille, Kadeteille ja Corolloille nuorisokulttuurin vaatimaa uskottavuutta. Nuorisoautoilu kehittyi oikeastaan vasta, kun käytettyjä ajopelejä alkoi olla tarjolla enemmän - käytännössä siis 1970-luvulla, mutta etenkin 1980-luvun aikana. Mielenkiintoista oli, että vanhusten suosimat automallit olivat osittain samoja kuin nuorten. Ehkä kuitenkin vanhuksille eniten profiloituvia autoja ovat olleet Mercedes-Benzin tapaiset kalliit ajokit tai sitten pienimoottoriset konttiperäiset automallit kuten Ford Cortina.²⁴³

²⁴² Välimäki 2005, Yhteishyvä 12/2005 s. 64; Laakso 1994, s. 9- 45.

²⁴³ Vaaranen 2001, s. 136, 146.

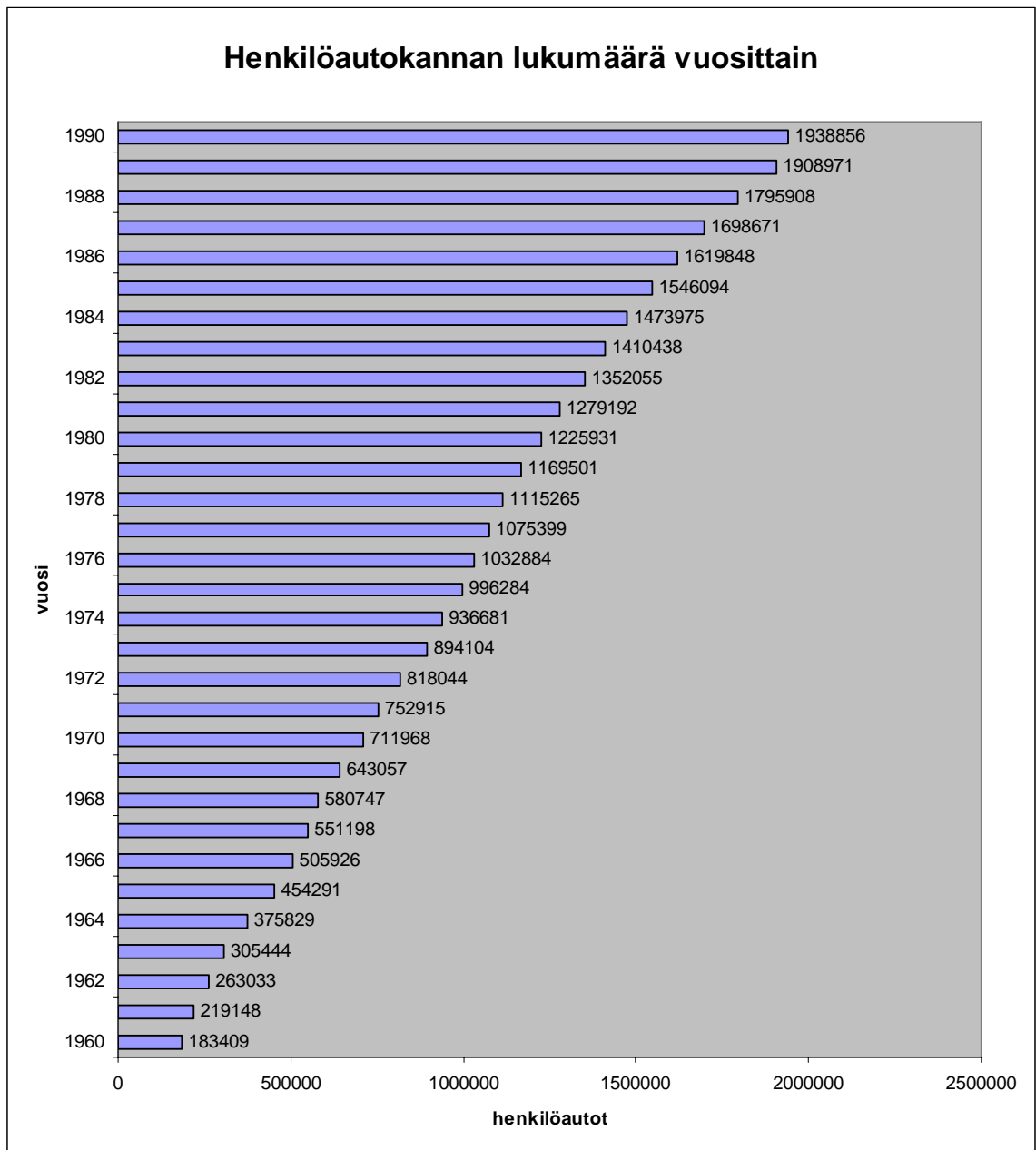
4. HENKILÖAUTOKANNAN JA MYYNNIN KEHITTYMINEN SUOMESSA VUOSINA 1961–1989

4.1 Henkilöautojen kokonaislukumäärä

Suomalaiset alkoivat saada valinnanvaraa henkilöautojen tuontisäännöstelyn purkauduttua, mistä seurasi, että länsiautot alkoivat yleistyä itäautojen rinnalla. Vuodesta 1961 autokannan kasvu on ollut jatkuvaa, mutta ei suinkaan tasaista. Verottajan toimet, lainsäädännölliset rajoitukset, talouslamat ja muut yhteiskunnalliset kriisit ovat heijastuneet suomalaiseen autokantaan ja vuosittaisiin ensirekisteröinteihin. Ensimmäisen kerran autokanta taantui vasta aikarajauksen ulkopuolella suuren 1990-luvun laman myötä. Epätasaisuutta kasvuun toi valtion rajoittavat toimenpiteet, joita ajoittain toteutettiin. Syinä rajoitustoimille oli hillitä valuutan pakenemista ulkomaille sekä 1970-luvulta alkaen vähentää Suomen energiariippuvuutta.²⁴⁴

Tämän luvun yhteyteen olen liittänyt kaaviot henkilöautokannan lukumäärästä (*kaavio2.*) ja ensirekisteröinneistä (*kaavio3.*), joista ensimmäinen kaavio kuvaa hyvin autokannan nopeaa kasvua ja toinen autoalan suhdannevaihteluja.

²⁴⁴ Kastemaa 1985, s. 8.



Kaavio 2. (lähde: Öljyalan kustannus 1992, s. 39.)

Suomessa oli henkilöautoja vuonna 1960 183 409²⁴⁵ ja vuotta myöhemmin 1961 219 148 kappaletta. Vuonna 1961 uusia autoja rekisteröitiin 27 790 kappaletta.²⁴⁶ Jo seuraava vuosi toi reilua kasvua autojen vapauduttua tuontisäännöstelystä, sillä autokanta kasvoi yli 40 000 autolla. Oikeastaan suurin ostoryntäys ajoittui vuonna 1962 syksyyn, jolloin Tekniikan Maailma uutisoi Helsingin rantojen olevan täynnä uusia autoja.²⁴⁷ Samoihin aikoihin alkoi myös turvallisuuskeskustelu, sillä liikenneonnettomuudet lähtivät autojen

²⁴⁵ Tilastokeskus Liikenne 1990, s. 51.

²⁴⁶ SVT 1962, s. 37, 40.

²⁴⁷ TM 11/1962, s. 11.

yleistyessä nopeaan kasvuun, mikä aiheutti huolta myös autolehdistössä. Turvallisuuspyrkimyksistä huolimatta TALJA Ry:n esitykset kattonopeuksista saivat autotoimittajilta vastustusta, sillä kattonopeuksien nähtiin aiheuttavan ruuhkia ja olevan vain valtion keino rahastaa. Turvallisemmaksi toimenpiteeksi toimittajien parissa nähtiin autoveron alentaminen ja suurempien autojen yleistyminen. Lisäksi rajoitettujen nopeuksien valvonnan epäiltiin olevan mahdotonta toteuttaa käytännössä. Kattonopeuksia kuitenkin kokeiltiin jo 1960-luvulla muun muassa Uudellamaalla.²⁴⁸

Turvallisuuskeskustelun ohella autoilijoita ja toimittajia puhutti autojen mainonnassa ja koeajoissa käytetty termi ”urheilullisuus”. Tekniikan Maailmassa julkaistussa aihetta käsitelleessä artikkelissa tuo termi määriteltiin määrätietoiseksi, taitavaksi mutta, turvalliseksi ajotavaksi, jossa autosta otettiin ”kaikki irti” turvallisuuden rajoissa. Urheilullisuus oli siis ihailtava ominaisuus niin autoissa kuin kuljettajissakin.²⁴⁹ Urheilullinen ajotavan ihannoiti yhdessä orastavaan autoilukulttuuriin saattoi osaltaan olla synkentämässä myös liikenneonnettomuustilastoja. Aikakauden autoiluihanteista kertovaa oli myös vertailu, jossa testattiin 36 auton kaatumista ja kallistuskulmaa.²⁵⁰

Vuoden 1963 lopussa Suomessa ylitettiin 300 000 auton raja²⁵¹ ja 1964 autokanta oli jo 376 254 auton suuruinen²⁵². Vuonna 1964 ensirekisteröintejä tapahtui jo 82 106²⁵³ kappaletta. Vuonna 1966 autokanta oli jo yli 500 000 ja vuonna 1969 autojen määrä oli jo kolminkertaistunut vuodesta 1961. Autoja hankittiin yhä enemmän paitsi työmatkoja varten myös vapaa-ajan ja harrastusten vuoksi. Autot helpottivat matkustamista, sillä yhä useampi perhe pääsi tutustumaan naapurimaihin automatkan ja telttamajoituksen muodossa. Myös vanhat harrastukset helpottuivat auton myötä: ”*Auton ostin, kun piti päästä hirvimetsälle.*”²⁵⁴. Kesämökkien suosio kasvoi yleisen vaurastumisen ja autoistumisen myötä, sillä matkoilla ei enää tarvinnut käyttää linja-autoa ja omalla perheautolla pääsi aivan perille asti, ellei joutunut matkalla liikenneonnettomuuteen: ”*Koska nopeusrajoit-*

²⁴⁸ TM 6/1962, s. 11. Pääkirjoitus; TM 8/1963, s. 9. Pääkirjoitus; TM 4/1966, s. 18–21. Kattonopeuskokeilu – tutkimustako?

²⁴⁹ TM 6/1963, s. 24–27. ”Mitä on olla urheilullinen”.

²⁵⁰ TM 16/1966, s. 30–33. ”Milloin auto kaatuu?”

²⁵¹ SVT 1963, s. 37.

²⁵² SVT 1965, s. 45.

²⁵³ SVT 1965, s. 40.

²⁵⁴ Kiiski 2004, s. 20.

tuksia ei ollut, isä kokeili aina Amazonin menohaluja ja teki epävirallisia nopeusennätyksiä ajaessaan esimerkiksi mökiltä kotiin.”²⁵⁵.

Vuosikymmen ei kuitenkaan ollut autoistumisen kannalta pelkkää jatkuvaa kasvun aikaa, sillä väliin mahtui hidastakin kasvua. Lainsäädännölliset toimet rajoittivat myyntivauhtia²⁵⁶ vuosien 1965 -1968 välillä, jonka jälkeen kasvu jatkui jälleen voimakkaana seuraavalle vuosikymmenelle. Suomalainen autokanta oli kuitenkin nuorimmillaan juuri 1960-luvun puolivälissä hidastuneesta kasvusta huolimatta. Syynä autokannan tuoreuteen oli aiemmin patoutunut kysyntä, kasvanut myynti ja vanhan autokaluston kuluminen loppuun. Nopean autoistumisen jälkeen autokannan keski-ikä alkoi kuitenkin kasvaa. Toisaalta myös autojen tekninen kestävyys parantui jatkuvasti. Oikeastaan 1960-luvulta alkaen trendinä voi nähdä sen, että autot ajettiin loppuun ja romutettiin tämän jälkeen. Vielä 1950-luvulla autoja oli parsittu kokoon useampaan kertaan, vaikka ne olisivat olleet kuinka huonossa kunnossa tahansa.²⁵⁷

Autoistuminen oli 1960-luvun kuluessa erittäin huomattavaa. Autoistumiskehitys jatkui 1960-luvun lopussa ja 1970-luvun alussa yhä voimakkaana. Tuo aika oli myös yhteiskunnallisen murroksen aikaa, sillä maaseutu lähes tyhjeni nuorista, jotka lähtivät kaupunkeihin tai Ruotsiin, joista he toivoivat saavansa työpaikan. Tämän muuttoliikkeen aiheutti osaltaan sotien jälkeinen asutuspolitiikka, teollistuminen ja verotuskäytännöissä tapahtuneet muutokset. Autoistumisen kannalta aika oli mielenkiintoista, olihan se osin mahdollistamassa Suomessa tapahtuvaa maatalähtöä ja nopeaa rakennemuutosta. Toisaalta auto mahdollisti maalta käsin tapahtuvan töissä käynnin ja kokosi ihmisiä kylärajoja rikkoen lavatansseihin näivettyneen paikallisen iltamakulttuurin sijaan.²⁵⁸ Kyläteiden hiljentyessä ja kaukaisempien tanssilavojen ja iskelmätahtien vetäessä yleisöä, maitolaiturit jäivät viimeisiksi rippeiksi menneen ajan kyläkulttuurista. Maitolaitureilla pysähtyivät kauppa-autot ja taksit sekä kylän nuoret kokoontuivat vielä 1960-luvulla ja 1970-

²⁵⁵ Kiiski 2004, s. 18.

²⁵⁶ Rajoittavia toimia olivat mm. vuoden 1965 autoveron nosto 20 %:a ja rajoitukset osamaksukauppaan. Vuonna 1966 ja 1967 autojen tuontisäännöstely palasi, autoveroa korotettiin edelleen ja autotuoajat eivät saaneet tuoda maksamattomia autoja vapaavarastoon. Autojen myyntiin vaikutti myös markan devalvoituminen. Valtio purki toimenpiteitä jo vuonna 1968. Lisää aiheesta Moisala 1983, s. 232–234; Ojanen 2002, s. 25.

²⁵⁷ TL 10/1981, s. 86–88. ”Henkilöautojen keski-ikä vanhenee uhkaavasti”.

²⁵⁸ Yhteiskunnallisista muutoksista lisää mm. Korkiasaari 2000, s. 136–143, 150; Peltola 1995, s. 36–37 (teoksessa Tuhat vuotta tietä, kaksisataa vuotta tielaitosta 3); Moisala 1983, s. 230; Pihkala 1988, s.240–277 (teoksessa Suomen historia 8. Paasikiven ja Kekkonen aika).

luvun alussa. Samoihin aikoihin kaupunkien lähiöiden tiivistyessä syntyi termi ”ruuhka-Suomi” kuvaamaan uutta kaupunkilaista elämäntapaa.²⁵⁹

Auto oli osaltaan mukana myös yhteiskunnan politisoitumisessa. Enemmistö Ry:n autovastaisuuden vastapainona autolehtien palstoilla autot saivat paljon myönteistä huomiota ja puolestapuhuvia kannanottoja. Yksi aikakauden merkittävin autoverotuksen vastustaja ja autojen puolestapuhuja oli Klaus Bremer, joka kuvaili vuonna 1968 autoalaa ”tulenaraksi asiaksi”. Tulenarkuuteen vaikutti se seikka, että autovastustajat olivat organisoituneet toisin kuin hajanaisena toiminut autoala.²⁶⁰

Poliittisessa mielessä myös automerkit tai paremminkin niiden valmistusmaat olivat arkoja aiheita autolehdissä. Esimerkiksi Neuvostoliiton autoteollisuuden 1960-luvun merkittävimmän tuotteen koeajo aiheutti kirjevyöryn Tekniikan Maailman toimitukseen vuonna 1969. Koeajossa autoa pyrittiin tarkastelemaan itse auton, vaikka alussa todettiinkin: ”Autoon voi suhtautua kuin ulkopoliitikkaan tai kuten autoon yleensäkin”. Testissä Moskwitchin hintaa ja tehoa kiiteltiin, mutta ajettavuus ja jarrut todettiin vaarallisen huonoiksi suhteessa auton voimavaroihin.²⁶¹ Tämä seikka puolestaan herätti monet autoista kiinnostuneet kirjoittamaan toimitukselle joko puolesta tai vastaan. Esimerkiksi nimimerkki ”anti-igor” oli joutunut joskus kyseistä autoa ajamaan ja vahvisti testin tuloksen omilla havainnoillaan. Toisaalta eräs autoonsa tyytyväinen Moskwitchin omistaja piti testitulosta puolueellisena ja lopetti kirjeensä toteamalla: ”Neuvostoliiton ja Suomen kansojen välistä ystävyyttä ei teidän arvostelunne voi miksikään muuttaa”.²⁶² Myös Tuulilasin 1970-luvulla tekemä kestopesti samaisella automerkillä kirjoitti nimimerkki Lehteä tilaamattoman haukkumaan toimittajat typeriksi Volvon ihailijoiksi. Tuulilasin toimitus palkitsi kyseisen kirjoituksen parhaana ja lahjoitti 50 markkaa kirjoittajalle.²⁶³

Seuraavalle vuosikymmenelle tultaessa autoistuminen jatkui hiukan takkuisen²⁶⁴ alun jälkeen olosuhteet huomioiden hyvällä vauhdilla, niinpä vuonna 1972 autoja oli jo 808 176²⁶⁵. Vuonna 1973 uusia autoja rekisteröitiin 118 649 kappaletta²⁶⁶, mikä oli sii-

²⁵⁹ Silvasti 2001, s. 188–192.

²⁶⁰ TM 16/1968, s. 16–21. Klaus Bremerin artikkeli.

²⁶¹ TM 16/1969, s. 36. Koeajo.

²⁶² TM 19/1969, s. 30–33. Vastineita Mossen koeajoon.

²⁶³ TL 5/1977, s. 135. Lukijan postia.

²⁶⁴ Valtio kiristi jälleen toimiaan mm. pisteveroilla, osamaksuehtoja muuttamalla ja hetkellisellä tuontilenssi pakolla vuosina 1970 ja 1971. Myös hyvänä myyntivuonna 1973 palattiin loppuvuodesta säännösten pariin. Lisää aiheesta: Moisala 1983, s. 234; Nykänen 2004, s. 45–46.

²⁶⁵ SVT 1979, s. 67.

henastinen uusi ennätys. Vuoden 1974 aikana maailmalla vaikuttanut öljykriisi ei näytä hidastaneen autokannan kasvua merkittävästi (*kaavio 2.*), olihan idän kauppasuhteet noihin aikoihin sellaisissa kantimissa, että öljyn saanti tuntui turvatulta. Suomen ja Neuvostoliiton väliset kauppasuhteet, Suomen yritystoiminnan rajoitteet ja tuontilisenssien ajoittaiset käyttämiset suorastaan suojasivat Suomen taloutta ulkopuolisilta haittatekijöiltä.²⁶⁷ Silti uusien autojen myyntiennätystä ei enää 1970-luvulla tehty, vaan autokannan kasvu hidastui lähes kymmeneksi vuodeksi.

Neuvostoliitto oli merkittävin öljyä Suomeen tuova maa ja Lähi-idän jännitteet eivät siten vaikuttaneet suoraan Suomen öljynsaantiin. Suomessa kuitenkin alkoi huomattava energian säästäminen ikään kuin varmuuden vuoksi. Tärkein energiakriisin aiheuttama huomio oli se, että Suomi oli ollut erittäin riippuvainen öljystä, sillä noin 55,5 prosenttia energiankulutuksesta oli öljyenergiaa.²⁶⁸ Energiakriisin säikäyttämänä myös autoilijoihin kohdistui hetkellisiä rajoituksia; muun muassa autokilpailut kiellettiin, moottoriteiden valaistus kiellettiin ja autotallien sekä auton lohkolämmittimien käyttöön asetettiin rajoituksia. Öljykriisin vaikutukset näkyivät myös teiden rakentamisessa, sillä moottoriteihin ei enää panostettu entiseen tapaan ja 1970-luvun alussa aloitetut rakennustyöt hidastuivat.²⁶⁹ Niinpä esimerkiksi liikenteen sujuvuuden kannalta tärkeän 1970-luvun alussa ennen öljykriisiä aloitetun Jyväskylältä Vaajakoskelle kulkevan moottoritien valmistuminen lykkääntyi aina vuoteen 1978 saakka, vaikka tien piti olla valmis jo paria vuotta aiemmin.²⁷⁰ Öljykriisiin reagoitiin Suomessa varsin yllättäen ja voimakkaasti, vaikka varsinaista hätää ei ehkä olisi ollutkaan. Öljykriisin aikoihin suomalaisia huoletti polttoainehintojen nousua enemmän tuolloin voimaan astunut 80 km/h:n kattonopeus, joka rajoitti kaikilla maanteilla nopeuksia. Nopeuksien rajoittaminen oli perusteltua; 1970-luku oli erittäin synkkää aikaa liikenneonnettomuuksien määrän noustua voimakkaasti. Verisin vuosi Suomen autoliikenteessä oli 1972, jolloin kuoli 1156 henkilöä, joka on moninkertainen määrä 1980-luvun lopun vuosiin verrattuna.²⁷¹

1970-luvun ilmiöitä olivat myös autojen kannattajien organisoituminen etenkin turvallisuuskeskustelun ympärille. Yksi merkittävä syy organisoitumisille ja vuonna 1974 pe-

²⁶⁶ SVT 1974, s. 56.

²⁶⁷ Paavonen 2005, s. 163.

²⁶⁸ Peltola 1995, s. 43.

²⁶⁹ Seppinen 1992, s. 193–194.

²⁷⁰ TL 1/1978, s. 34–35. ”Paineentasausventtiili Jyväskylältä itään”.

²⁷¹ Nykänen 2004, s. 15; Silvasti 2001, s. 90; Peltola 1995, s. 46; Moisala 1983, s. 293–297; Hytönen 1993, s. 23–25; TL 9B/1998, s. 124 ”Kuplan täyskäännös ja paljon muuta tekniikkaa”.

rustetulle Autoalan Tiedotuskeskukselle, joka edusti Autoalan Keskusliittoa ja Autotuojat Ry:tä, oli 1960-luvulla alkanut autovastaisuus, jota näkyvimmin Enemmistö Ry edusti. Merkittävin autoilijoiden etuja ajanut ryhmittymä syntyi, kun kolme pienempää yhdistystä liittoutuivat Autoliitoksi vuonna 1972.²⁷² Autoliitto kannatti vapaita nopeuksia, mutta myös turvavöiden käyttöpakkoa, tosin edellyttäen niiden kehittyvän paremmiksi käyttäviä. Eniten Autoliitto otti kuitenkin kantaa autoilun kustannuksia koskeviin kysymyksiin. Autoliiton merkittävimpiä rooleja on ollut tiepalvelun organisointi ja erilaisten operaatioiden, kuten Lumihuutaleen järjestäminen joululiikenteessä.²⁷³

Monet autoilijat eivät nopeuksien rajoittamisesta ihastuneet, mutta luultavasti jopa yli puolet kannatti kasvaneiden nopeuksien rajoittamista, vaikka julkisuudessa mielipiteet näyttivät jakautuvan tasaisemmin.²⁷⁴ Kattonopeuksien tuleminen sai jopa autoilijoita lähettämään Tekniikan Maailman toimitukseen surunvalitteluja, sillä asia nähtiin autolehdistön lopuksi. Toimituksessa sen sijaan nähtiin yhä toivoa tulevasta, sillä autoja pystyi arvioimaan muutenkin kuin nopeuden perusteella.²⁷⁵ Kattonopeuden asettamiselle lopullinen sysäys tuli energiakriisistä ja niinpä kesäkuusta 1974 alkaen yleinen nopeusrajoitus 80km/h astui voimaan. Kattonopeuksien tulo käänsi samalla liikenneonnettomuuksien määrän laskuun ja seuraavalla vuosikymmenellä Suomesta tuli yksi turvallisimmista autoilumaista. Erilaiset kampanjat eivät suomalaisiin vaikuttaneet, vaan vasta lainsäädännölliset toimet saivat aikaan todellisia tuloksia liikenneturvallisuuden saralla.²⁷⁶ Liikenneturvallisuuteen kohdistuneet uudistukset jatkuivat myös seuraavana vuonna, jolloin etupenkeille tuli turvavöiden käyttöpakko, mikäli autossa sellaiset olivat. Turvavyöpakko puhutti kansalaisia samaan tapaan kuin kattonopeudetkin.²⁷⁷ Autolehtien palstoilla turvallisuusteema säilyi läpi koko vuosikymmenen, mutta vuosikymmenen lopulla autoilua rajoittavat mielipiteet pääsivät yhä enemmän esille autoilun puolestapuhujien rinnalla. Esimerkiksi professori Risto Näätäsen mielipiteet vuonna 1976 autokannan pienentämisestä, autottomista keskustoista ja julkisen liikenteen kannattamisesta otettiin artikkeleissa vastaan aiempaa maltillisemmin.²⁷⁸ Autoilukysymysten polttavuudesta kertoi kui-

²⁷² Virrankoski 2001, s. 238–239.

²⁷³ Laaksonen 1994, s. 95–99.

²⁷⁴ Ojanen 2002, s. 10; Masonen 1995, s. 226.

²⁷⁵ TM 3/1974, s. 31. Pääkirjoitus.

²⁷⁶ Bergholm 2001, s. 82–84.

²⁷⁷ TL 8/1975, s.18–21. ”Kaikki eivät hyväksy turvavyöpakkoa”.

²⁷⁸ TL 2/1976, s. 14–17. ”Liikenne professorilla on kovat lääkkeet”.

tenkin yhä autojen puolestapuhujan autotekniikan apulaisprofessori Antti Saariahon saama nimitys ”bensiinifasisti”.²⁷⁹

Liikenneonnettomuuksien murheelliset, välinpitämättömyyden ja häikäilemättömän ajotavan vuodet 1970-luvun alussa olivat osa suurta murrosta, mikä vallitsi politisoituneessa ja rakennemuutosta elävässä yhteiskunnassa. Nuo vuodet aiheuttivat vielä jälkikäteen pelontunteita liikenneturvallisuudesta puhuttaessa. Nuo vuodet kuvasivat kuitenkin samalla sitä, kuinka nopeaa autoistuminen oli ollut suhteessa suomalaisiin liikennesääntöihin, elämäntapaan ja siihen tullessiin uusiin arvoihin, kuten vapauteen ja optimismiin. Energiakriisin aiheuttama säikähdys ei ehkä ollutkaan huono asia, jos sitä verrataan talouskasvun sijaan liikenneonnettomuuksien uhrien määrään.

Energiakriisin seurauksena yltiöoptimismi väistyi ja käytännöllisyydestä tuli autokaupassa trendi 1970-luvun puolessa välissä. Energiakriisin jälkeiset vuodet olivat yhteiskunnassa kuitenkin kokonaisuutena taloudellisesti epävakaa aikaa johtuen devalvaatioista, lakoista ja kasvavasta työttömyydestä. Tästä syystä talouselämän ja politiikan johdohenkilöt joutuivat istumaan neuvottelupöytiin yhteisen linjan löytämiseksi. Neuvotteiluissa julkisen liikenteen tulevaisuus sai vahvistusta, mutta myös autokauppa sai uutta vakautta organisoitumisen avulla.²⁸⁰ Hidastuneesta kasvusta huolimatta autokannan suuruus ylitti miljoonan vuonna 1976.²⁸¹ Vuosikymmenen lopulla autokauppa hidastui jälleen hyvän kauppavuoden 1975 117 619 kappalemääräisestä myynnistä, mutta ei edelleenkään pysäyttänyt autojen lukumäärän kasvua ja nousu alkoi taas vuoden 1978 taantumien jälkeen, jolloin uusia autoja myytiin vain 81 175²⁸². Vuoden 1978 taantumaa on pidetty öljykriisin jatko-osana, joka tosin ei enää säikäyttänyt ensimmäisen taantumien jälkeen.²⁸³ Vuonna 1979 ensirekisteröinnit nousivat jälleen yli 100 000 kappaleeseen.²⁸⁴ Öljykriisin jälkeisille vuosille turvallisuuskeskustelun ohella tyypillistä oli vaihtoehtoisten polttoaineiden etsiminen. Merkittävin yrittely oli kaikei Uudenkaupungin petroliautot, mutta myös yksityishenkilöt sovelsivat erilaisia ratkaisuja, kuten esimerkiksi diplomityönään Toyota-pakettiauton puukaasulla toimivaksi muuntanut Asko Ristimäki.²⁸⁵

²⁷⁹ TL 5/1976, s. 32–35. ”Meillä ei ole turhia autoja”.

²⁸⁰ Nykänen 2004, s. 47.

²⁸¹ SVT 1979, s. 67.

²⁸² Tilastokeskus Liikenne 1993, s. 62.

²⁸³ Peltola 1995, s. 42.

²⁸⁴ Tilastokeskus Liikenne 1990, s. 55.

²⁸⁵ TL 2/1977, s. 56. ”41 kiloa koivua/100km”.

Tilastoista voidaan päätellä autokaupan olevan hyvin suhdanneherkkä ala ja niinpä se kertoo heti taloudellisen epävarmuuden (*kaavio 3.*). Näin myös vuonna 1983 automyynti koki hienoisen laskun, josta alkoikin kasvu, joka noudattelee yhteiskunnan yleistä ”kultushysteriaa” ja nousukautta. Vuosien 1982 ja 1984 välillä ensirekisteröinnit jäivät 120 000 – 130 000 välille, mutta jo seuraavana vuonna alkoi kasvuvauhti, joka kiihtyi 3000 – 8000 kappaleen vuosivauhtia kohti vuosikymmenen loppua.

1980-luvun puolivälissä automyynnissä alkoi uudet vakaan kasvun ajat. Tämä näkyi myös autoilussa. Moottoritiet saivat jälleen huomiota ja polttoaineenkysyntä kasvoi autojen lisääntyessä, vaikka samaan aikaan autojen ajosuoritteet vähenivät ja uudet autot muuttuivat entistä taloudellisimmiksi. Taloudellisuus ei ollut autotesteissä ja mainoksissa enää aiemman vuosikymmenen tapaan esillä, sillä öljyriippuvuus oli onnistuttu 1980-luvun lopussa laskemaan 30 prosentin tasolle koko energiatarpeesta.²⁸⁶ Käytännössä vauhdikkuus ja tyylikkyys olivat autoilun trendejä, mikä näkyi esimerkiksi vuoden 1985 autovertailussa²⁸⁷, johon oli koottu nuoriin, menestyviin, kaupunkilaisiin miehiin vetoavan ”juppiluokan”-autot, kuten BMW 318i, Ford Sierra S, Opel Ascona GT ja Toyota Camry GLI samalle viivalle.

Vuosikymmenen lopulla turvallisuuteen liittyvistä teemoista rattijuoppouden vastainen toiminta oli merkittävintä, mutta käytännön saavutuksena ajan suurin muutos oli takapenkin turvavyöpakko. Takapenkillä turvavöitä täytyi alkaa käyttää vuonna 1987, jolloin myös autolehdistä asia otettiin vastaan hyvänä toimenpiteenä.²⁸⁸ Vuonna 1985 autokanta ylsi jo yli 1,5 miljoonaan ja vuonna 1988 henkilöautoja oli liikenteessä jo 1,8 miljoonaa kappaletta. Suomen taloutta kuumentanut ja kotitalouksien kulutusluottojen kysyntää voimakkaasti kasvattanut rahamarkkinoiden vapauttaminen näkyi myös vuosien 1988 ja 1989 automyynnissä voimakkaasti ja niinpä vuonna 1989 tehtiin uusien henkilöautojen ensirekisteröinneissä ennätys. Rekisteriin merkittiin peräti 177 610 uutta henkilöautoa.²⁸⁹

1980-luvulle ominaista nopeutuneen myynnin kasvun ohella oli myös naisten entistä suurempi kiinnostus autoja ja ajamista kohtaan. Naisten ja myös nuorten autoilun yleistyminen selittävätkin osaltaan kasvun jatkumista ja nopeutumista. Naisten roolin vahvis-

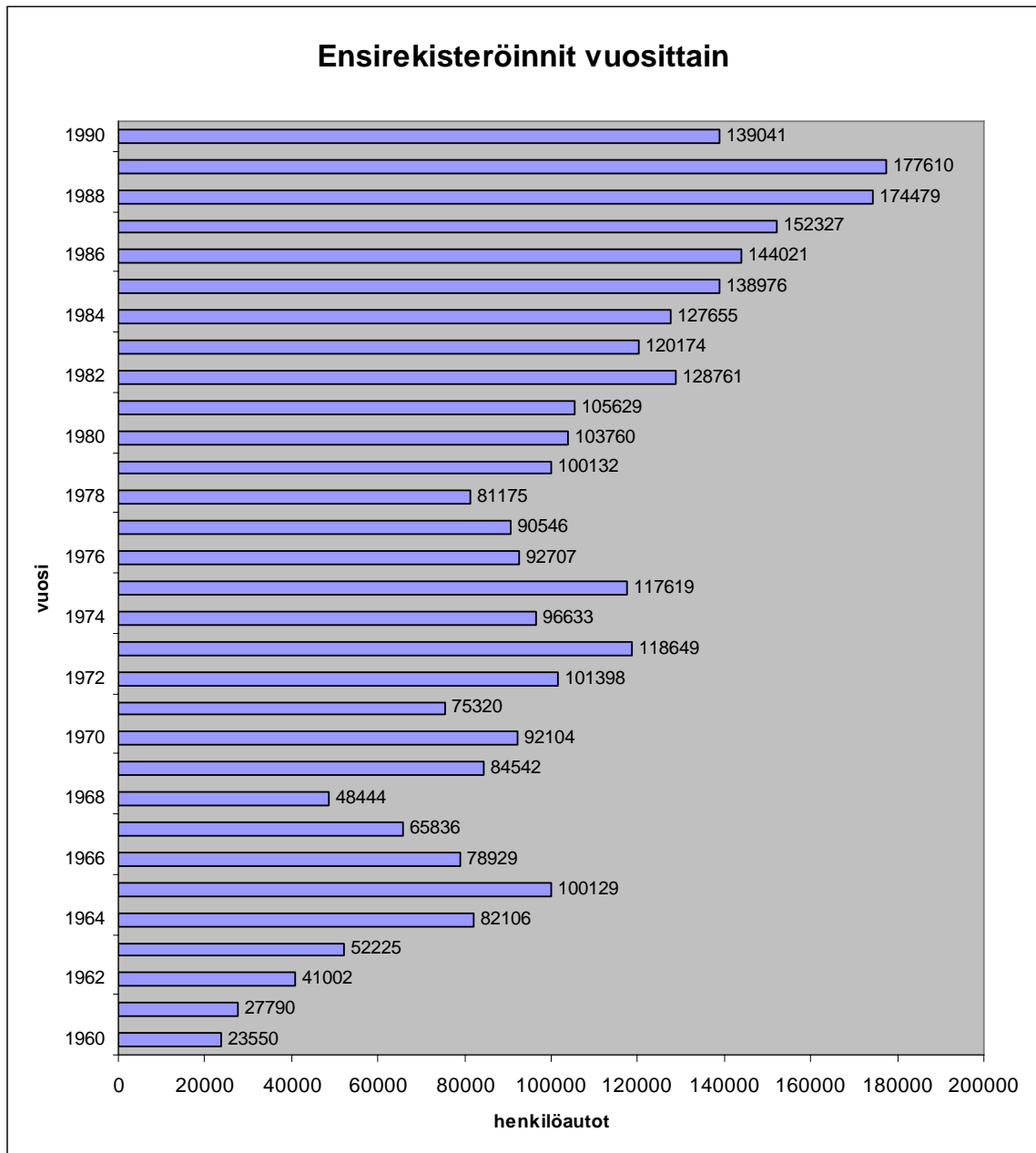
²⁸⁶ Peltola 1995, s. 43, 46.

²⁸⁷ TM 20/1985, s. 38–49. ”Juppiluokka”.

²⁸⁸ Seppinen 1992, s. 194; TL 7/1987, s. 5.

²⁸⁹ Tilastokeskus Liikenne 1989, s. 51; Tilastokeskus Liikenne 1990 s. 55; Tilastokeskus Liikenne 1993, s. 62.

tumisesta huolimatta autot ja autoilu olivat koko ajanjaksolla, myös 1980-luvun lopulla enempi miesten tehtävä ja harrastus.²⁹⁰ Naisten rooliksi jäi olla heikompi ja pilkatumpi osapuoli liikenteessä.²⁹¹



Kaavio 3. (lähde: Öljyalan kustannus 1992, s. 38.)

Seuraava vuosikymmen ei alkanut automyyntin kannalta enää yhtä joutuisasti huonontuneista talousnäkymistä johtuen. Autokaupan huippuvuodet näyttivät jäävän taakse, vaikka Tuulilas in kaikkia autoja esittelevässä erikoisnumerossa pyrittiinkin rohkaisemaan ihmisiä autojen hankintaan. Talous oli näyttänyt selviä varoitusmerkkejä mm. tupon vii-

²⁹⁰ Mediasidonnaisuus 1998, s. 5.

²⁹¹ Silvasti 2001, s. 202.

västyminen ja pankkilakon merkeissä. Mielenkiintoista, että 1980-luvulla puolueettomuuteen pyrkinyt autolehti otti näin voimakkaan kannan ja mainosmiehen roolin pääkirjoituksessaan: ”Viime vuonna autokauppa kävi vielä vilkkaana. Tänä vuonna näkymät ovat toiset. Alkuvuodesta on ollut useita erilaisia epävarmuutta lisänneitä tekijöitä, jotka ovat saaneet monet lykkäämään autokaupan tekemistä...menkää autoliikkeisiin tekemään hyviä kaappoja”²⁹².

Vaikka autoistumisen rytmissä on ollut poliittisten päätösten ja talouden suhdanteiden tuomaa epävakautta, niin silti autokannan kasvu oli pysyvä trendi tutkimuksen aikavälillä. Alan suhdanneherkkyydestä kuitenkin kertoo se, että automyyntin kasvu on taantunut yleensä aina juuri niinä vuosina, kun työttömyys on ollut voimakkaimmillaan.²⁹³

4.2 Johtavat automerkit Suomessa ja niiden valmistusmaat

Tässä luvussa tarkastellaan suosikkimerkkien ja valmistusmaiden asemaa alkaen vuodesta 1960 aina vuoteen 1983, johon asti SVT:n tilastot kertovat autokannan koostumuksen. Vuosittainen autokanta kertoo sen, mitä autoja kyseisenä vuonna on eniten rekisterissä kaiken kaikkiaan. Autokannassa uusien suosikkimerkkien ilmaantuminen näkyy luonnollisesti vasta viiveellä, sillä mukana on tietysti kaikki aiemmin rekisteröidyt ajoneuvot. Hyvän kokonaiskuvan Suomen autokannan merkkikirjosta kuitenkin saa SVT:n tilastoja tutkimalla. Samassa luvussa tarkastellaan myös sitä, mistä maasta autoja tuotiin eniten vuosittain. Tämä seikka paljastaa osittain autokantatilastoa paremmin ne muutokset, joita autokannassa kulloinkin on tapahtunut.

Tyypillisiä autoja 1960-luvulla olivat edulliset takavetoiset pikkuautot, jotka olivat rakenteeltaan joko etumoottorisia (esimerkiksi Ford Anglia) tai takamoottorisia (esimerkiksi Volkswagen). Vuonna 1960 neuvostoliittolainen Moskwitch oli kiistatta Suomen yleisin automerkki toisen itäauton, tshekkoslovakialaisen Skodan seurattua toisena ja Fordin ollessa kolmantena.²⁹⁴ Ongelmana tämän jälkimmäisen automerkin tarkastelussa kuitenkin on, että ajoittain mukaan on laskettu kaikkialla valmistetut Fordit, kuten vuoden 1960 tilastoissa. Fordia nimittäin tuotiin Suomeen useista maista, kuten Yhdysvalloista, Iso-Britanniasta, Saksasta ja Ranskasta. Suurin osa 1960-luvulla tuoduista malleista olivat englantilaisia, mutta jo 1980-luvulla Saksan Fordit osoittautuivat suosituimmiksi

²⁹² TL 4B/1990, s. 3. Tapio Ketosen pääkirjoitus.

²⁹³ Bergholm 2001, s. 86–87; Moisala 1983, s. 320–322.

²⁹⁴ SVT 1961, s. 48.

ja tilastoissakin Fordit alettiin jälleen luokitella yhdeksi automerkiksi. Fordeja on 1980-luvulla tuotu muun muassa Brasiliasta ja Belgiasta.

Vuonna 1961 itäautojen suosio oli yhä vankkaa ja autokannan selvä johtaja oli Moskwitch. Toisena oli Skoda ennen aikansa suosituinta saksalaista Volkswagenia. Valmistusmaittain tilanne vuosina 1960 ja 1961 noudatteli myyntikärkeä Neuvostoliiton ollessa suurin autojentuojamaa ennen Länsi-Saksaa. Seuraavaksi yleisempiä tuontimaita aakkosittain järjestettynä olivat Iso-Britannia, Ranska ja Tshekkoslovakia.²⁹⁵ Vuonna 1962 autokanta on hyvin aiempien vuosien kaltainen, sillä muutokset autojen tuonnissa eivät vielä tilastoissa näkyneet. Merkeissä yhä tutut itäautot johtivat ennen Volkswagenia, Fordeja ja saksalaisia Opeleita. Tuolloin autojen tuonti Saksasta kuitenkin ylitti ensimmäistä kertaa 1960-luvulla Neuvostoliitosta tuonnin.²⁹⁶ Merkittävä tapahtuma tuona vuonna oli japanilaisten autojen rantautuminen Eurooppaan. Ensimmäisenä markkinoille ennätti Datsun.²⁹⁷

Tuontisäännöstelyn purkaminen alkoi kuitenkin nopeasti näkyä länsiautojen suosion kasvuna. Ja niinpä vuonna 1963 suurin osa tuonnista tulikin Iso-Britanniasta ennen Länsi-Saksaa ja Ranskaa ja seuraavana vuonna samat kolme maata piti myös kärkeä Länsi-Saksan johtaessa.²⁹⁸ Autokannassa itäautot syrjäytyivät vuonna 1964, jolloin suurimmat merkit olivat Ford ja Volkswagen. Seuraavana vuonna Volkswagen otti kärkipaikan, jota se piti aina vuoteen 1979 saakka²⁹⁹. Länsimaisten merkkien myynti kasvoi voimakkaasti, mutta perinteiset itäautot säilyttivät suosionsa läpi 1960-luvun, vaikka sijoitukset autokannassa tippuivatkin. Vuosina 1966 ja 1967 autokannassa merkkien kärjessä VW:n ja Fordin jälkeen olivat Moskwitch, Opel ja Fiat. Opelin suosio periytyi jo vanhastaan, mutta Fiat oli nousussa pikkuautojensa ansiosta. Maakohtaisissa tuonneissa länsimaiden ylivoima jatkui Länsi-Saksan johdolla, mutta japanilaisten autojen saamasta suosiosta kertoo hyvin maan nouseminen kumpanakin vuonna kolmanneksi suurimmaksi autojen tuontimaaksi.³⁰⁰ Samansuuntaisesti autokanta kehittyi myös vuosina 1968 ja 1969. Ainoastaan itäautot tippuivat autokannassa yhä kauemmaksi kärjestä.

1970-luvulle tultaessa länsisaksalaiset ja englantilaiset autot olivat johtavassa asemassa japanilaisten noustua muutamassa vuodessa jo kolmanneksi. Aikakaudelle tyypillisiä

²⁹⁵ SVT 1961, s. 41; SVT 1962, s. 48, 76.

²⁹⁶ SVT 1963, s. 48, 74.

²⁹⁷ Ojanen 2002, s.15.

²⁹⁸ SVT 1965, s. 82.

²⁹⁹ SVT 1965, s.48. SVT 1966, s. 55.

autoja olivat perinteiset takavetoiset etumoottoriset kulkupelit, mutta myös muutamat etuvetoiset automallit saivat vuosikymmenen lopulla entistä suuremman suosion. Neuvostoliittolaisten autojen suosio vaikutti vuoden 1970 tilaston perusteella yhä vähentyneen länsiautojen rinnalla ja Moskwitch olikin viimeisen kerran autokannan viiden parhaan joukossa kyseisenä vuonna. Myös japanilaistuonnin nousu jatkui vahvana ohittaen jo kolmanneksi jääneen Iso-Britannian. Sama tahti jatkui vuonna 1971, jolloin japanilainen tuonti ohitti ensimmäisen kerran kaikkien muiden maiden tuonnit. Japanilaisten menestys näkyi myös Toyotan nousuna autokannassa viidennelle sijalle.³⁰¹ Huomattavaa 1970-luvun alulle oli myös kotimaisen auton suosion kasvu. Se selittyi pitkälti Saabin tuotannon alkamisella Uudessakaupungissa³⁰². Myös ruotsalaiset autot alkoivat vankistaa suosiotaan, sillä sieltä tuotiin autoja seitsemänneksi eniten.³⁰³ 1970-luvun tilastoinnin osalta on todettava, että Volkswagenin sijoitus autokannan suurimpana vaihtuisi toiseen sijaan useana vuonna, jos kaikki Fordit laskettaisiin yhteen, kuten 1960-luvun ja 1980-luvun tilastoissa pääsääntöisesti tehtiin.

Vuosikymmenen kuluessa autokanta kasvoi ja muokkautui. Ominaista 1970-luvulle oli, että neuvostoliittolainen auto teki uuden tulemisen Ladan myötä. Myös japanilaismerkkien suosio kasvoi jopa niin paljon, että Japanista tuotiin vuonna 1970-luvun alusta lähtien enemmän autoja kuin Länsi-Saksasta. Myös Espanjasta³⁰⁴ ja Neuvostoliiton tuonti nousi ajoittain edellä mainittujen maiden jälkeen kolmanneksi suurimmaksi.³⁰⁵ Yleisin automerkki öljykriisin aikaisessa Suomessa vuonna 1974 oli yhä Volkswagen ennen Englannin Fordia ja jo kolmanneksi nousutta Toyotaa, neljäntenä seurannutta Opelina ja viidentenä ollutta Fiatia.³⁰⁶ Vuoden 1975 merkittävin muutos autokannassa oli Datsunin nouseminen viiden suurimman joukkoon.³⁰⁷ Vuonna 1977 henkilöautokannan enemmistö oli yhä Volkswageneita, vaikka merkin myynti oli hiipunut selvästi parhaista päivistään. Toyota oli noussut ohi Englannin Fordin, joka oli tuolloin kolmanneksi yleisin henkilöautomerkki Suomessa. Seuraavaksi yleisimpiä olivat tutut merkit Datsun ja Opel ennen

³⁰⁰ SVT 1967, s. 54, 114; SVT 1968, s. 52; SVT 1969 s. 109.

³⁰¹ SVT 1970, s. 54; SVT 1971, s. 54, 111; SVT 1972, s. 54, 88.

³⁰² Ojanen 2002, s. 32.

³⁰³ SVT 1971, s. 52.

³⁰⁴ Espanjasta tuotiin lähinnä Seat-tehtailla valmistettuja Fiateja.

³⁰⁵ SVT 1973, s. 63; SVT 1974, s. 57.

³⁰⁶ SVT 1975, s.51.

³⁰⁷ SVT 1976, s.51.

ruotsalaista Saabia, joista osa siis oli kotimaista tuotantoa.³⁰⁸ 1970-luvun lopun autokannan tilastointia hämää paitsi Fordin eri valmistusmaat myös Fiatien valmistaminen Italian ohella Espanjassa. Jostain syystä nuo Espanjassa valmistetut mallit oli ajoittain erotettu autokannassa omaksi ryhmäkseen. Esimerkiksi vuonna 1978 Fiat ei mahdu viiden suurimman merkin joukkoon, mutta yhteenlaskettuna Fiatin sijoitus autokannassa olisi ollut toinen – seuraavan vuoden tilastoissa Fiatit olivat puolestaan laskettu yhteen ja sijoitus oli selvästi parempi.³⁰⁹

Seuraavalla vuosikymmenellä japanilaiset autot valtasivat suuren kakun automarkkinoista uusilla etuvetoisilla malleillaan. Tyypillisiä uusia autoja 1980-luvun alun jälkeen olivatkin pienempiin kokoluokkiin kuuluneet porrasperäiset etuvetoiset autot, mutta myös vanha takavetoinen Lada, joka yhä säilytti suosiotaan. Vuosina 1979 ja 1980 yleisin henkilöautomerkki autokannassa oli Ford. Tämä siksi, että tässä yhteydessä kaikki Fordit on laskettu yhteen, kuten myöhemminkin on ollut tapana. Seuraavaksi yleisimmäksi oli noussut Fiat ennen Toyotan ohi noussutta Datsunia. Myös Saabin suosio oli kasvanut, mikä näkyi jo autokannan viidentenä sijana. Vuoteen 1978 mennessä markkinoilta poistuneen Kuplan seuraajat eivät kyenneet ylläpitämään Volkswagenin vahvuutta autokannassa, vaan se oli tippunut vuonna 1980 pois viiden suurimman merkin joukosta. Ruotsalaiset autot olivat uuden vuosikymmenen alussa vahvasti mukana autokannassa, sillä menestyksekkään Saabin ohella Volvon sijoittuminen yhdeksänneksi oli hieno saavutus. Ylivoimaisesti eniten myyty itäauto oli Lada, joka oli tuolloin kahdeksanneksi yleisin henkilöauto ja Neuvostoliitto oli ollut jo useamman vuoden peräkkäin kolmanneksi suurin autotuontimaa. Japanilaisten autotuonnin suuruudesta kertoi se, että sieltä tuotiin vuonna 1980 yli kaksinkertainen määrä länsisaksalaisiin autoihin verrattuna.³¹⁰ Japanilaiset autot johtivatkin tuonnissa vuoteen 1983 saakka ja ensirekisteröintien perusteella koko 1980-lopun ajan. Ford jatkoi autokannan suurimpana aina vuoteen 1983 saakka, jolloin Nissan-Datsun nousi suurimmaksi merkiksi. Muutoin 1980-luvun alun viiden kärki oli tuttua Fordin, Toyotan, Fiatin ja Saabin esiintyessä eniten teitten päällä. Seuraavina yleisimmästä päästä autokannassa olivat Volvo, Lada, VW ja Opel.³¹¹

³⁰⁸ SVT 1978, s.65.

³⁰⁹ SVT 1979, s. 65; SVT 1980, s. 64.

³¹⁰ SVT 1980, s. 74. SVT 1981, s. 64, 69.

³¹¹ SVT 1982, s. 64, 69; SVT 1983, s. 66; SVT 1984, s. 64, 69.

4.3 Vuosittaisten ensirekisteröintien kolme myydyintä merkeittäin ja malleittain

Autojen myyntitilastojen perusteella suomalaisten suosikkiautot löytyvät. Asian selkeyttämiseksi keskityn kertomaan autojen keskinäisistä sijoituksista tilastoissa myyntimäärien sijaan. Olen koonnut taulukkoon (*liite 1.*) kolmen myydyimmän automerkin ja mallin vuosien 1961 ja 1989 väliseltä ajalta³¹². Asian selkeyttämiseksi tein tämän kappaleen yhteyteen kyseisestä taulukosta tiivistetyn version (*taulukko 3.*), jossa kerrotaan vuosikymmenittäin myyntikärkeen yltäneet merkit ja mallit.

Mallien laittaminen paremmuusjärjestykseen myyntimäärien perusteella osoittautui hankalaksi ja siksi taulukkoon tulee suhtautua tietyin varauksin. Esimerkiksi 1970-luvun osalta Ladoihin olen laskenut mukaan farmarimallit, mutta en isompia Lada-malleja kuten 1500S:ä, kun taas 1980-luvun tilastot eivät eritelleet enää takavetoisia Ladoja lainkaan erikseen. Osaltaan tämä saattoi johtua siitä, että 1970-luvulla nämä mallit koettiin erilaisiksi, kun taas muiden autojen kehittyessä Ladoja nopeammin alkoivat kaikki Ladat vaikuttaa 1980-luvulla aivan samanlaisilta keskenään. Samanlaisia ongelmia oli myös monen Ford-mallin kohdalla, kuten myös Fiatien, joissa joinakin vuosina myyntitilastot erittelivät automallit valmistusmaan mukaan erikseen, vaikka kyse oli samasta autosta. Varsin hyvän kuvan taulukoista (*taulukko 3. ja liite 1.*) silti saa siitä, mitkä autot ovat milloinkin yltäneet myyntitilastoissa korkealle.

³¹² Autotuojat Ry, ensirekisteröinnit joulukuu 1961–1989.

Vuosikymmen:	1960-luku	1970-luku	1980-luku
Merkit kolmen myyntikärjessä vuosikymmenen aikana:	Fiat, Ford, Moskwitch, Opel, Skoda, VW	Datsun, Fiat, Ford, Lada, Saab, Toyota, VW	Datsun/Nissan, Ford, Lada, Opel, Toyota
Mallien myyntiyköset vuosikymmenen aikana:	Ford Cortina, Moskwitch 403/407/Elite, VW 1200	Datsun 100A/Cherry, Fiat 600, Ford Cortina, Lada, Toyota Corolla, VW 1200/1300	Datsun Cherry, Lada, Toyota Corolla

Taulukko 3. Myydyimmät merkit ja mallit kootusti. (Lähde: Autotuoajat Ry. Autojen ensirekisteröinnit joulukuun 1961–1989 tilasto 12.)

Merkkikohtaisesti taulukkoa tarkastellen voidaan havaita, että ennen tuonninvapautumista suosikkimerkit olivat Moskwitch ja Skoda. Vuodesta 1962 lähtien aina vuoteen 1970 saakka markkinoita hallitsivat Fordit ja Volkswagenit, jonka jälkeen alkoi Fiatin valtakausi vuoteen 1976 saakka, jolloin myös Saabin myynti oli korkeimmillaan. Huomattavaa Saabin kohdalla oli, että lähes kaikki Suomessa myydyt autot olivat kotimaista tekoa. Vuonna 1979 alkaa japanilaismerkkien valtakausi Datsunin johdolla ja vuodesta 1985 alkaen Toyota nousee suosituimmaksi automerkiksi aina tarkastelujakson loppuun saakka.

Japanilaisten merkkien myynti oli sujunut erinomaisesti jo 1970-luvulla, kun taas 1960-luvun suosikkimerkin Volkswagenin myynti taantui saman vuosikymmen alun jälkeen huomattavasti. Ford ei sen sijaan taantunut oikeastaan missään vaiheessa, vaan pysytteli lähes koko ajanjakson ajan viiden myydyimmän automerkin joukossa. Opelin myynnissä tapahtui Fordia enempi muutoksia mutta 1960-luvun ja 1970-luvun tasaisen myyntimenestyksen jälkeen 1980-luvun lopussa myynti oli selvässä noususuunnassa. Fiatin suosio tippui 1980-luvun lopulla selvästi aiemmista menestyksen vuosista.

Myyntitilastojen perusteella 1960-luvun suosikkimalleja olivat Moskwitchin mallit, Volkswagenin Kupla-mallisto, Fiat 600 ja Ford Cortina. Seuraavan vuosikymmenen suosikkeihin lukeutuvat ainakin Lada-mallit, Fiat 127, Datsun 100A ja Cherry-sarja, Toyota Corolla sekä Saab 96. Datsun Cherry-malliston menestystä 1980-luvulla jatkoi onnistuneesti Nissan Sunny. Opel Kadettin ohella myös Lada menestyi hyvin 1980-luvun myynneissä, mutta vuosikymmenen selväksi suosikiksi kohosi kuitenkin Toyota Corolla.

5. SUOMALAISTEN SUOSIKKIAUTOJA

5.1 Suosikit tilastojen kärjestä

Tilastot paljastavat suosikit, mutta eivät kerro mitään autojen suosioiden syistä, ominaisuuksista, markkinoinnista tai esimerkiksi muista hankintaan vaikuttaneista tekijöistä, kuten saatavuudesta tai hinnoittelusta. Tilastoja tarkasteltaessa on myös syytä muistaa, että aina autot eivät ole tulleet maahan virallisen maahantuonnin kautta ja tämä seikka usein jää tilastojen ulkopuolelle. Toisaalta tilastojen ohi aikajaksolla tulleiden autojen määrä on ollut sängen vähäinen ja sikäli ei vaikuta suosikkiautojen toteamiseen. Toisaalta suosikkiautot eivät välttämättä kerro niistä aikakauden ihanteista, joita jotkut muut autot herättivät. Varsinaisten suosikkien jäljessä myyntitilastoissa esiintyivät monien unelmautot, joihin ei aivan kaikilla ollut kuitenkaan varaa. Silti esimerkiksi seuraavat automallit saivat suosiota ja nousivat jopa eräänlaisiksi autoilun muoti-ilmiöiksi omina vuosikymmeninään. Tällaisia hyvin menestyneitä ”parempia” autoja olivat 1960-luvulla amerikkalaisten Dodgen ja Ramblerin ohella ruotsalainen Volvo Amazon tai taksissa lujaksi todettu Mercedes-Benz. 1970-luvun autoihannetta edustivat ehkä parhaiten suurikokoinen saksalainen Ford Taunus tai tehokas etuvetoinen Saab 99. 1980-luvun arvomaailmaan sopivat puolestaan etuvetoiset Mazda 626:n ja Honda Accordin tapaiset ylelliset japanilaisautot sekä arvokkaat takavetoiset edustusautot Volvo 740 ja Mercedes-Benz 123/124W³¹³.

Tutkimuksessa käsiteltävien suosikkiautojen merkkien lukumäärä valikoitui kahdeksaan (valittujen suosikkimallien valokuvia liitteessä: *liite 2*). Valittujen autojen tuli edustaa paitsi myyntitilastojen kärkipäätä niin myös eri vuosikymmeniä sekä eri valmistusmaita. Käsittelyssä keskitytään lähinnä valmistajan yhteen automalliin tai mallisarjaan, jotka ilmentävät eniten kyseisen automerkin suosiota, vaikka samalla merkillä olisi muitakin Suomessa menestyneitä automalleja. Autojen suosion syitä etsitään itse autosta sekä muista mahdollisista myyntiin vaikuttaneista tekijöistä. Vahvuuksien vastapainoksi tutkimus esittelee myös malleissa esiintyneitä mahdollisia heikkouksia. SVT:n autokanta- ja Autotuojien ensirekisteröintitilastojen perusteella tutkimuksessa päädytään käsittelemään tarkemmin seuraavia suosikeiksi valikoituneita automerkkejä:

³¹³ TL 6/1981, s. 92. Mercedes-Benzin kestotestissä todettiin: ”Se on kiistatta arvostetuin auto maassamme”.

Datsun nousi suosioon jo 1960-luvulla, mutta todellinen menestys alkoi 1970-luvulla ja autokannassa merkki nousi suurimmaksi 1980-luvun alussa. Eniten menestystä merkille on tuonut pienet etuvetoiset mallit 100A ja Cherry, joihin käsittelyssä paneudun eniten.

Fiat ei ole koskaan ollut autokannassa suurin, mutta kuuluu silti ehdottomasti suosikien joukkoon menestyneiden pikkuautojensa ansioista. Käsittelyssä painotan 1970-luvun ja 1980-luvun alun suosittua Fiat 127-mallia. Tämä Fiat oli suosituin Fiat Suomessa edeltäjiensä 600 ja 850 ohella.

Ford on mukana, koska se oli pitkään autokantamme suurin merkki. Tosin Fordin osalta on muistettava, että 1960- ja 1970-luvuilla merkki jakaantui useammassa maassa valmistettuihin erilaisiin Fordeihin. Englannin Ford oli suuri suosikki 1960-luvulla Angliassa ja Cortina malleillaan, joita tässä yhteydessä käsittelen.

Ladan valitsin mukaan edustamaan itäautoa ja tietysti aivan syystäkin, sillä 1950-luvulla suosittujen Skodan ja Moskwitshin menestys hiipui tuontisäännöstelyn purkamisen jälkeen. Lada kuitenkin muista itäautoista poiketen ylsi ajoittain myös vuosittaisissa automallikohtaisissa myyntitilastoissa aivan kärkeen ja merkin huippuvuodet osuvat Datsunin tapaan 1970-luvun lopulle ja 1980-luvun alkuun.

Opel ei ole ollut vuosittaisissa tilastoissa kovinkaan menestynyt mutta merkki on silti kuulunut autokannassa 1960- ja 1970-luvuilla jatkuvasti viiden suurimman joukkoon. Opelin suosio jatkui vankkana myös 1980-luvulla. Niinpä myös Opelin suosituin mallisarja Kadett ansaitsee parempaa huomiota. Toyota Corollan tapaan tämän automallin suosio ylsi aina 1960-luvulta 1980-luvun loppuun saakka ja oikeastaan mallien suosio kasvoi selvästi ajanjakson loppua lähestyttäessä.

Saab saa kunnian edustaa pohjoismaalaista auto-osaamista, sillä sen suosio oli suurimmillaan 1970-luvulla edullisemmalla 96-mallilla. Vaikka myös toinen ruotsalaismerkki Volvo oli menestynyt Suomessa koko ajanjaksolla melko hyvin, niin se ei kuitenkaan koskaan yltänyt vuosittaisissa mallikohtaisissa tilastoissa yhtä korkealle kuin Saab ylsi 1970-luvulla. Saabin suosio jatkui kohtuullisen vankkana myös 1980-luvulla.

Toyota on mukana toisena japanilaisena automerkkinä, sillä sen Corolla-mallin menestys huipentuu 1980-luvun puolivälin jälkeen. Corolla otti tuolloin myyntitilastojen kärkipaikan, jota se piti 1990-luvun puolelle saakka. Kärkipaikka ei ollut vieras tälle automallille 1970-luvullakaan, joten tämän merkin ja mallin valinta käsittelyyn on erittäin perusteltua.

Volkswagenin vuosikymmen oli 1960-luku. Ennen tuonninvapautumista Kuplan sanottiin olevan Suomen jonotetuin auto ja niinpä vuodesta 1962 lähtien Kuplaa myyntiin

ennätysmäisen paljon ja sen vuoksi myös tämän auton valinta tarkempaan käsittelyyn oli varsin perusteltu ratkaisu.

5.2 Datsun kestää³¹⁴

Datsunin laajan malliston ensimmäinen etuvetoinen pikkuauto, vuonna 1970 esitelty Datsun 1000 sai suuren suosion heti markkinoille tultuaan. Datsun 1000-malli kuitenkin korvautui kuitenkin jo vuonna 1973 100A-mallilla, joka itse asiassa oli aivan sama auto, johon oli tehty vain pieniä parannuksia. Myöhemmin tuon pienimmän Datsun-mallin seuraajat saivat Cherry-nimen numerosarjan rinnalle. Saman mallisarjan menestys jatkui myös 1980-luvulla Nissan merkin alla.

Ensimmäisen etuvetoisen Datsunin voimanlähteenä toimi 1,0-litrainen poikittain keulalle asennettu moottori, jonka tehoksi ilmoitettiin 59hv³¹⁵ ja huippunopeudeksi 138km/h, jotka riittivät pieneen autoon mainiosti.³¹⁶ Moottorin poikittaissijoitus mahdollisti tehokkaan tilankäytön kilpailijansa Fiat 127:n tapaan. Itse asiassa Datsun 100A oli hyvin paljon 127:n tapainen pystyperäinen auto, joka edusti uudenaikaista autonrakennustekniikkaa. Tosin monikäyttömahdollisuutta 100A:ssa ei vielä ollut, kuten ei alkuun Fiatissaakaan. Auto säilyi tuotannossa aina vuoteen 1978 saakka, vaikka isompi, 1,2-litrainen näyttävämmän muotoiltu 120AF-mallisarja³¹⁷ olikin esitelty rinnalle jo vuonna 1974. Uusi 120AF ei kuitenkaan saavuttanut samanlaista suosiota kuin edeltäjänsä ja jäi ikään kuin välimalliksi ennen Cherryn syntyä 1979.

”Riisipussiksi” haukuttu ja ”Kirsikan kukaksi” kehuttu Datsun 100A pääsi suomalaisten suureen suosioon ja malli menestyikin kaupallisesti hyvin ollen esimerkiksi vuonna 1976 kaikkein myydyin automalli. 100A:n suosiolle löytyi perusteita paitsi edullisesta hinnastaan niin myös maahantuojaan harjoittamasta ahkerasta mainostuksesta. Mainonnan lisäksi myyntiä vauhditettiin myös erikoisvarustein ja tarjouksin. Esimerkiksi vuonna 1977 maahantuoja asensi Datsuniin erikoisvarustelun yhteydessä alumiinivanteet, jotka kuitenkin alkuun osoittautuivat katsastussääntöjen vastaiseksi. Maahantuoja sai kuitenkin

³¹⁴ Datsunin mainoslause.

³¹⁵ Japanilaisilla oli tapana tuolloin ilmoittaa hevosvoimat (SAE)-normin mukaan, joten todelliset hevosvoimat eurooppalaisen (DIN)-normin mukaan olivat noin 45hv. (SAE)-normissa moottorinjäähdytys puhallin ei ole mukana mittauksissa.

³¹⁶ Juurikkala 2000, s. 180–183.

³¹⁷ AF-mallia sai myös 1,0-litraisella moottorilla.

valmistajalta luvan vanteiden asentamiseen, mikä ratkaisi syntyneen ongelman.³¹⁸ Muita suosion syitä olivat auton kaunis muotoilu ja yllättävän hyvät ajo-ominaisuudet.

Vaikka 100A olikin edullinen hankkia, niin silti se maksoi esimerkiksi vuonna 1975 enemmän kuin saman kokoluokan Fiat 127. Toisaalta monet muut kilpailijat olivat selvästi Datsunia kalliimpia. Auto oli varsin pieni leveydeltään ja pituudeltaan mutta silti kohtuullisen korkea, mikä sai kuljettajan jopa pelkäämään auton kaatumista. Datsun osoittautui kuitenkin hyväksi ja johdonmukaiseksi ajettavaksi etenkin sorateillä. Teknisesti auto oli vasten ennakkoluuloja myös kestävä. Lisäksi sen vahvuuksiin kuuluivat myös pieni, jopa alle 7l/100km kulutus, edulliset käyttökulut sekä mainiot talviominaisuudet. Etenkin hyvä lämmityslaite auttoi tiukassa kilpailussa Fiatia vastaan.

Datsun yllätti autoilijat positiivisesti monessa mielessä. Mutta heikkouksiakin automallissa esiintyi. Tehottomat rumpujarrut, huonot istuimet, pomppuisa jousitus, keho näkyvyys ulos ja ankea muoviverhoilu häiritsivät. Ehdottomasti negatiivisinta autossa oli olematon ruostesuojaus, jonka heikkous selvisi vasta myöhemmin. Tuosta syystä autoilijoiden keskusteluissa saattoi kuulla leikkimielisen lausahduksen: ”*Datsun 100A, se hetkessä lahoaa*”. Muutoin Datsun kuitenkin osoittautui erittäin kestäväksi käyttöautoksi, mikäli vain autoa huollettiin.³¹⁹

Varsinaisen 100A:n jälkeen 120AF-mallin pohjalta vuonna 1978 kehitetty 100A-malli ei ollut edeltäjänsä veroinen. Auto oli ulkomittoihin nähden ahdas ja moottori oli suurempaan koriin alamittainen. Muotoilun lennokkuus kostautui etenkin pienenä tavaratilana ja huonona takanäkyvyytenä. Auton ajettavuus puolestaan oli hyvä mutta kovanpuoleinen. Tarkka hammastanko-ohjaus ansaitsi kehuja ja teki autosta helposti hallittavan myös sorateillä. Varustelu oli runsas ja auto oli edeltäjänsä tapaan vaivaton huoltaa. Polttoaineen kulutus oli tietysti vanhaa 100A-mallia suurempi, mutta silti auto oli yksi luokansa taloudellisimmista ja niinpä esimerkiksi Tuulilasin vertailussa 7,6/100km kulutus sai kiitosta verrattuna Toyota Corollan selvästi suurempaan kulutuslukemaan.³²⁰ Tämä ”ylimuotoiltu” 100A-malli, kuten Datsunin AF-sarjan mallit muutoinkaan eivät saaneet Suomessa samanlaista suosiota kuin edeltävä ja seuraava mallisarja. Myös autotesteissä

³¹⁸ TL 11/1977, s. 10–11. ”Mahtava lasku Datsunin vanteista”.

³¹⁹ Cohrs & Peltonen, s. 58. TL 8/1984, s. 86–92. Käytetyt autot – raportti; Raukko 1972, s. 48–61. Datsunin kestotesti.

³²⁰ TL 2/1978, s. 48–52. Koeajo; TL 1/1976, s. 14–22. Vertailu.

menestys jäi vaatimattomaksi. Esimerkiksi pienten uutuusmallien vertailussa vuonna 1976 Datsun 120AF jäi jaetulle viimeiselle sijalle.³²¹

Vuonna 1979 esiteltiin ulkonäöltään täysin uusi 120A Cherry – malli, joka ylsi vanhan 100A:n tapaan myyntitilastojen kärkipäähän. Ykköspaikan 120A otti vuosina 1979 ja 1980, mutta malli säilyi kärjen tuntumassa seuraavinakin vuosina. Vuonna 1981 auton keulaa ehostettiin ja tarjolle tuotiin suurempia moottorivaihtoehtoja. Datsun Cherry oli kilpailijoihinsa verrattuna edullinen, sillä Corollasta tai Kadettista sai maksaa tuhansia markkoja enemmän ja silti Cherryssä oli parempi varustetaso. Auto pohjautui sekä moottoriltaan että alustaltaan edeltäjiensä 100A:n ja 120AF-mallien vanhanaikaiseen, mutta helposti huollettavaan tekniikkaan. Auton suosiota edisti varmasti auton kaunis ja linjakas ulkomuoto sekä erinomainen varustelu, johon oli totuttu vain kalliimmissa autoissa. Vakiovarusteista mainittakoon esimerkiksi pyyhkijöiden tihkukytin, kello ja kierroslukumittari. Linjakkaasta Cherrystä tuli muutamassa vuodessa erittäin yleinen, jopa niin, että ne muodostivat liikeneruuhkia keskenään.³²² Erinomaista varustelua, talviominaisuuksia ja toimintavarmuutta lukuun ottamatta autossa ei ollut erityisen hyviä ominaisuuksia, sillä tilat olivat ahtaat korin lyhyiden ja mataluutensa vuoksi. Auton ajettavuus oli vain keskinkertaista ja kulutuskaan ei ollut edeltäjiensä tapaan pientä.

Autosta tuli kuitenkin menestys, mikä toisaalta ihmetytti erästä autotoimittajaa, joka totesi Cherryn hankinneista: ”Mutta ihmisiä, joille auto on tärkeämpi esineenä kuin ajoneuvona, näyttää olevan paljon.”³²³ Itse asiassa Cherryn suosio yllätti kaikki, jopa auton maahantuojan. Cherryn menestykseen vaikuttivat monet tekijät, mutta niiden osoittaminen osoittautui hankalaksi. Kysymyksen vaikeudesta kertoi se, että edes maahantuojan edustajat tai autotoimittajat eivät oikein osanneet perustella mallin suosiota. Auto oli luultavimmin vain oikeanlainen ja hintainen oikeaan aikaan ja oikeanlaisille kuluttajille. Erään autotoimittajan mukaan: ”Se on käyttökelpoinen kodinkone liikkumiseen aivan samoin kuin pakastin pakastamiseen...”³²⁴.

Myöhemmin malli paljastui poikkeuksellisen vika-alttiiksi ollakseen Datsun, joka oli saavuttanut osittain markkinoinnin ja osittain laatunsa ansiosta kestävän auton maineen. Cherryn heikkouksia olivat muiden muassa kytkin ja alapallonivelet. Pahin ongelma oli kuitenkin olematon ruostesuojaus ja huono maalipinta ja niinpä melko nuorissakin au-

³²¹ TL 5/1976, s. 50–58. Vertailu.

³²² Ajovalo.net (www), luettu 31.3.2006.

³²³ TM 9/1982, s. 85. Vertailu.

³²⁴ TL 3/1981, s. 47.

toissa esiintyi ruostetta monin paikoin. Pahinta oli takapyörien tuentaan liittyneet ongelmat.³²⁵ Tämän Cherryn jäljiltä Datsunista vuonna 1983 nimensä vaihtaneelle Nissanille jäi turhankin huono maine herkästi ruostuvana automerkkinä. Ongelmistaan huolimatta aikansa suosituimmasta automallista on monille jäänyt hyvät muistot ja mielikuva huolettomasta Datsunista. Myöskään Tuulilasin kestopestissä vuonna 1980 ei ilmennyt suurempia moitteita suomalaisten perusautoa kohtaan.³²⁶ Tämä korimalli jäikin viimeiseksi Datsun Cherryksi, sillä seuraavan sukupolven malli oli jo Nissan.

Vuonna 1983 myyntiin tullut Nissan Cherry oli monin verroin edeltäjäänsä parempi, mutta aiemman mallin maine ei enää auttanut uutta Cherryä myyntitilastojen kärkeen. Nissanin vahvuuksia olivat taloudellisuus, ripeys, muotoilu, runsas varustelu sekä edullinen hankintahinta. Ominaisuuksista heikoin oli tavaratilan vaatimaton koko. Autossa ei ollut vanhan Cherryn heikkouksia juuri lainkaan ja auton kestävyyskin oli selvästi edeltäjäänsä parempaa. Nissan Cherry menestyi myös vertailuissa edeltäjäänsä paremmin ja esimerkiksi vuonna 1982 järjestetyn 10 auton vertailun kolmas sija oli oiva saavutus.³²⁷ Cherryä suurempi, mutta myös ominaisuuksiltaan parempi etuvetoon siirtynyt Sunny-malli saavutti 1980-luvun lopulla suuren suosion yltäen myynneissä toiselle sijalle, vaikka jäikin selvästi Toyota Corollan myyntimääristä. Cherryn viimeiseksi vuosimalliksi jäi 1986, jonka jälkeen uusi laajempi Sunny-mallisto korvasi Cherryn jättämän aukon laajassa Nissan-mallistossa.

Datsunit olivat 1970-luvulla ja 1980-luvulla suomalaisten perusautoja. Ne olivat riittävän hyviä perhekäyttöön. Lisäksi varustelu oli suorastaan ensiluokkaista kokoluokassaan. Ne olivat hyvännäköisiä ja mikä tärkeintä, Datsunit olivat länsiautoja hintapaletin edullisemmasta päästä. Datsuneilla ajoivat yhtäläillä ammattityöväki kuin toimihenkilötkin. Usein pienillä Datsuneilla ajaneet olivat yksineläjiä, mutta mahtui sinne perhekin kyytiin.³²⁸ Vanhemmilla Datsuneilla ajettiin suoritteella mitaten hiukan keskivertoautoja vähemmän vuodessa, mutta uudemmat mallit olivat lähellä keskivertoa. Datsunit olivat lähes yhtäläillä kaikkien ikäluokkien ja niin miesten kuin naistenkin autoja.³²⁹

³²⁵ TM 8/1989, s. 105. Raportti.

³²⁶ TL 11/1992, s. 99; TL 6/1989, s. 26; TL 7/1987, s. 74–78; TL 3/1981, s. 44–47; TL 6/1980, s. 48–57.

Juttuja Datsun Cherrystä.

³²⁷ TL 10/1982, s. 96–100. Nissan Cherryn koeajo; TL 11/1982, s. 22. Vertailu tulos.

³²⁸ TL 2/1980, s. 24. Tutkimus.

³²⁹ Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61.

5.3 Fiat - Petojen sukua³³⁰

Fiat saavutti suuren suosion 1960-luvulla takamoottorisilla pikkuautoillaan ja suosio jatkui uusien mallien myötä vankkana myös 1970-luvulla ja 1980-luvun alussa. Sen sijaan suuremmat Fiat-mallit eivät koskaan saavuttaneet suurta suosiota Suomessa. Osaltaan tässä asiassa syyllinen oli neuvostoliittolainen Lada, joka kilpaili suurempia Fiateja vastaan Fiatien omilla vahvuuksilla. Fiatilla oli kuitenkin huomattava osuus Suomen autoistumisessa – siinä, kuinka harvojen harrastuksesta tuli joka perheen kulkine.³³¹

Pieni Fiat 600 sai lempinimekseen ”pompannappi” ja se esiteltiin vuonna 1955. Se sai suuren suosion heti autotuonnin vapautumisen jälkeen. Auto oli pieni, ketterä, takamoottorinen ja takapyörävetoinen kulkupeli, jolle luvattiin 100km/h huippunopeus ja pieni 6l/100km kulutus.³³² Pituutta autolla oli vain 3,3 ja leveyttä 1,4 metriä. Silti autoon mahtui neljä henkilöä, tosin tilojen suuruutta ei voinut kehua. Itsekantavaa koria kuljetti pieni 21,5 hevosvoimainen moottori. Monien yllätykseksi se oli melkoisen hyvä käynnistymään kylmästä sekä takamoottoriseksi autoksi myös lämmin. Takamoottorisuus teki autosta Kuplan tavoin hyvän etenijän liukkailla tienpinnoilla. Kuplaan verrattuna auto oli edullisempi, mutta myös selvästi pienempi. Viimeistelyn ja taloudellisuuden suhde oli hyvä, vaikka aivan Kuplan laatutasolle malli ei yltänytkään. Fiatin heikoimmat kohdat löytyivät moottorin tiiviyydestä ja ruosteherkkyydestä.³³³ Tämä malli ja hieman suurempi Fiat 850 loivat pohjan Fiatin 1970-luvun suurelle menestykselle, sillä ennakkoluulot etelämaalaista autoa kohtaan oli voitettu.

Fiat 127 oli uusi etuvetoinen pystyperäinen automalli ja se esiteltiin vuonna 1971. Se oli paria vuotta aiemmin esitellyn porrasperäisen Fiat 128:n edullisempi sisarmalli. Tästä Fiatista tuli uusi pikkuautojen suunnannäyttävä ja mallia myyntiin sen pitkän elinkaarensa ajan hyvin niin Suomessa kuin muuallakin. Autoa myös valmistettiin lukuisissa eri maissa Italian lisäksi. Uuden tyyppisen korimallin tilankäyttö oli tehokasta, sillä matkustajille ja tavaroille oli uhrattu 80 % korin pituudesta. Perusmoottorina toimi 0,9-litrainen 47 hevosvoimainen moottori, joka antoi autolle yllättävän rivakan kyydin. Malli menestyi hyvin autovertailuissa ja myös Suomen myyntitilastoissa auto sijoittui mainiosti 1970-luvun lopussa ja 1980-luvun alussa. Mallia uudistettiin vuonna 1977 jolloin sisustusta ja

³³⁰ Fiatin mainoslause 1980-luvulla.

³³¹ Bremer & Solanne 1982, s. 3.

³³² Bremer & Solanne 1982, s. 34–36.

³³³ Sedgwick 1991, s. 34–35; TM 16/1967, s. 31. Vertailu; TL 6/1982, s. 60–64. Käytetyt autot-raportti.

ulkonäköä muutettiin sekä tarjolle tuli suurella takaluukulla varustettu monikäyttöisempi malli. Myös auton ikkunapinta-alan kasvu paransi näkyvyyttä tuntuvasti. Auton ulkoiset muutokset nykyaikaistivat autoa, mutta ennen kaikkea tekivät siitä käytännöllisemmän. Autoon tuli tarjolle myös isompi 1,05-kuutioinen moottori. Samalla myös vaihteitten välitystä pidennettiin, mikä käytännössä teki autosta pienimmällä moottorilla varsin laiskan, mutta hiukan aiempaa taloudellisemman.³³⁴ Vuonna 1982 esitelty parempi 127 Stella-malli oli jo pahoin vanhentunut syntyessään ja niinpä Fiat 127:n menestys markkinoilla heikkeni. Vanhanaikaisuudesta kieli myös auton korkea ilmanvastus, joka oli peräti 0,50. Tuo arvo oli suuri 1980-luvun uusiin automalleihin verrattuna. Fiat 127:n tilalle esiteltiin vuonna 1983 Fiat Uno, joka menestyi kaupallisesti erittäin hyvin Euroopassa mutta Suomessa Fiatin myynti ei enää 1980-luvulla sujunut aiemman 127-mallin tapaan, sillä suomalaiset alkoivat vähitellen siirtyä luokkaa suurempiin autoihin.

Fiat 127 suosion taustalla olivat erittäin pieni polttoaineenkulutus, edullinen hankintahinta³³⁵, halvat varaosat, kokoisekseen suuret sisä- mutta ennen kaikkea tavaratilat ja mainio ajettavuus. Lisäksi auton viimeistely oli riittävän laadukasta. Kokonaisuutena auto oli varsin tasaisen hyvä paketti, mistä osoituksena olivat 127:n ja sisarmallin 128:n saavuttamat vertailuvoitot, joissa Fiatit tasaisten ominaisuuksiensa ansiosta keräsivät korkeimmat pisteet.³³⁶ Hyvien ominaisuuksien vastapainona olivat epämiellyttävä ”Apinan ajoasento”³³⁷, epämääräinen vaihteensiirto, pieni polttoainesäiliö ja huono lämmityslaite. Vaikka auto olikin kohtuullisen laadukas, niin sen kestävydessä oli toivomisenvaraa verrattuna japanilaisiin tai saksalaisiin autoihin. Käytännössä ongelmat näkyivät melko nopeana ruostumisena ja kiusallisina pikkuvikoina. Autossa ilmenneet puutteet olivat kuitenkin kokonaisuudessaan pieniä verrattuna auton hyviin ominaisuuksiin.³³⁸ Melko usein Fiateilla ajoi yksineläjät ja toimihenkilöt. Fiatit olivat käytettyinä varsin suosittuja perheen kakkosautoja ja siksi varsin usein myös naisten käytössä.³³⁹ Fiateille ei käyttöta-voista johtuen kertynyt kovin suuria ajokilometrejä eikä auto saavuttanut nuorison keskuudessa kovinkaan suurta suosiota.³⁴⁰ Pienen Fiatin omistajat arvostivat vuoden 1986

³³⁴ TL 6/1977, s. 42–43. ”Uudistettu Fiat 127”; TL 12/1977, s. 44–47. Koeajo.

³³⁵ Fiat oli yksi halvimmista länsiautoista.

³³⁶ TM 13/1970, s. 56–75. Vertailu; TL 12/1978, s. 23. Vertailu.

³³⁷ TL 4/1980, s. 15. Fiatin koeajo. Fiatille tyypillisen ajoasennon heikkous oli, että polvet olivat koukussa ja kädet ylsivät huonosti rattiin.

³³⁸ TM 20/1972, s. 54–65.

³³⁹ TL 8/1980, s. 10–14. Vertailussa käytetty ja uusi. Ajovalo.net (www), luettu 31.3.2006.

³⁴⁰ Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61.

Taloustutkimus Oy:n tutkimuksen mukaan autossaan eniten pientä kulutusta ja ajettavuutta. Vähiten painoarvoa he antoivat auton valmistusmaalle, ruostesuojuukselle ja jälleenmyyntiarvolle. Omaan merkkiin Fiatilla ajavat tutkimuksen mukaan luottivat melko paljon.³⁴¹

5.4 Ford - Neljä kirjainta joihin voi luottaa³⁴²

Henry Ford ei keksinyt autoa, mutta onnistui jalostamaan ensimmäisenä maailmassa idean autosta, johon lähes kaikilla olisi varaa. Auton ei pitänyt olla ylellisyysväline, vaan kulkuneuvo, joka oli edullinen hankkia ja valmistaa. Henry Ford kehittäkin liukuhihnatuotannon ja nousi sen avulla maailman yhdeksi johtavimmaksi autonvalmistajaksi, jolla oli tehtaita ja tuotantoa ympäri maailmaa jo ennen Suomen autoistumisen aikakautta.³⁴³

Fordin Anglia ja Cortina edustivat arvostettua englantilaista auto-osaamista 1960-luvulla. Tuohon aikaan eri maista tulleet Fordit erosivat selvästi toisistaan. Saksasta tuli esimerkiksi Taunus ja Yhdysvalloista suurimoottoriset mallit, kuten esimerkiksi urheilullinen Mustang. Englannin Fordit olivat huokeimmasta päästä Ford-mallistoa ja suunniteltu aivan tavalliseen eurooppalaiseen arkiarjioon. Englannin Fordit olivat vielä 1970-luvun alkuun saakka omaleimaisia, mutta ajatus ”maailmanautosta”, joka olisi kaikilla markkinoilla samanlainen, alkoi saada kannatusta Fordillakin. Anglian vuonna 1968 korvanneesta Escortista tulikin sellainen jo 1960-luvun lopulla, sillä autoa valmistettiin sekä Saksassa että Englannissa lähes samanlaisena. Myöhemmin 1980-luvulla Escortia alettiin valmistaa myös muun muassa Australiassa, Brasiliassa ja Yhdysvalloissa. Englannin Fordin erityisyys liittyi siis lähinnä 1960-luvulla suosittuihin ja arvostettuihin Anglia ja Cortina malleihin, jotka sittemmin jäivät Escortin ja muiden saksalaisten mallien varjoon Englannin autoteollisuuden romahtaessa 1970-luvulla lakkojen ja huonon laadun vuoksi.³⁴⁴

Ford Anglia oli Suomessa sangen suosittu auto 1960-luvulla. Auto uusittiin perusteellisesti vuonna 1959 ja auton muotoilu puhutteli monia erilaisuudellaan. Erikoiseksi muotoillun teki Anglian takalasi, joka normaalista poiketen kaartui alapäästään ohjaamo

³⁴¹ TL 8/1986, s. 32–36. Tutkimusraportti; TL 2/1980, s. 24. Tutkimus.

³⁴² Fordin mainoslause 1970-luvulla.

³⁴³ Silvasti 2001, s. 208–210.

³⁴⁴ Ojanen 1998b, s. 3

kohti auton perän sijaan. Mallin ilmanvastuskerroin oli aikalaisekseen pieni 0,49³⁴⁵. Lehdissä auton ohjausta ja vaihteistoa kiiteltiin hyviksi. Huonoksi puoleksi mainittiin helposti likaantuva konehuone. Autosta tuli Suomen markkinoilla Kuplan haastaja, mutta rakenne oli aivan toisenlainen, sillä Anglia oli perinteinen etumoottorinen takavetoinen auto, jossa 1,0-litrainen 39hv moottori oli sijoitettu pitkittäin moottoritilaan. Vuonna 1965 Angliaan tuli tarjolle myös Cortinasta tuttu suurempi 1,2-moottori. Auton huippunopeus oli aikakaudelle riittävästi ollen yli 120km/h. Auto sijoittui Ford-malliston halvimpaan päähän ja sen hinta oli varsin lähellä Volkswagenia ja siten myös paremmin valtaväestön ulottuvilla. Anglian saaman suosion taustalla oli varmasti merkin hyvä maine, helppo huoltoisuus, Kuplaan verrattuna pieni polttoaineen kulutus ja pirteä kulku, hinnan ja laadun oivallinen suhde sekä hyvä lämmityslaite. Huonoina puolina Kuplaan verrattuna olivat moottorin ylikuumentuminen ja talvella heikko etenemiskyky. Heikkouksia löytyi myös varustelusta, viimeistelystä, istuimista ja jousituksesta.³⁴⁶ Anglia menestyi markkinoilla kohtuullisen hyvin, mutta jäi kuitenkin selvästi markkinajohtaja Volkswagenin myynnistä. Fordilta oli kuitenkin tulossa uusi suurempi ja kilpailukykyisempi mallisarja.

Angliaa kookkaampi Ford Consul Cortina esiteltiin kilpailijansa Opel Kadettin tavoin sopivasti tuonnin vapautumisen aikoihin. Auto sai lempinimekseen ”tähtiperä” erikoisten takavalaisimien ansiosta. Teknisesti auto oli hyvin Anglian tapainen ja luotettava konstruktio. Kokonaisuutena Cortina oli tilava ja kohtuullisen mukava ajettava. 1,2-litraisen moottorin 53,5 hevosvoimaa riittivät hyvin arkiajoon, mutta polttoaineen kulutus oli selvästi Angliaa korkeampaa. Moottoriksi oli tarjolla myös GT-mallin 1,5- ja urheilullisen Lotus-mallin 1,6-litraiset moottorit, jotka saivat Cortinan kulkemaan varsin rajusti. Auton suosioon vaikutti varman tekniikan, suorituskyvyn, kohtuullisen hinnan ja runsaiden tilojen lisäksi myös erinomainen talvikäynnistyvyys ja lämpimyys. Lämpimyydestä todistetaan Cortinan toinen sija Tekniikan Maailman suuressa lämmityslaitevertailussa, jossa pahimmat kilpailijat kuten Volkswagen ja Opel Kadett pärjäsivät selvästi Fordia heikommien.³⁴⁷ Fordin insinöörien Rovaniemellä tekemät talvitestit olivat siis tuottaneet uuden lämpimän automallin. Uusi Cortinakaan ei ollut täydellinen auto, vaan heikkouksia olivat muun muassa ajoasento ja penkit, jotka eivät juuri ajossa tukea antaneet. Cortinasta tuli hyvien ajo-ominaisuuksiensa ja helposti viritettävän moottorinsa ansiosta suosittu ralliauto-

³⁴⁵ Laakso 1999, s. 121.

³⁴⁶ Ojanen 1998b, s. 52–58, 83; TM 19/1967, s. 30. ”5 kansanautoa”.

³⁴⁷ TM 4/1963, s. 26–31. Vertailu.

to, vaikka englantilaisten Fordien maine olikin enempi perheautomainen.³⁴⁸ Parasta Cortinassa oli kuitenkin edullinen hinta kilpailijoihin verrattuna. Edullisuus näkyi tietysti myös halvoissa valmistusmateriaaleissa ja menetelmissä, kuten esimerkiksi ohuissa pus-kureissa.³⁴⁹

Vuonna 1967 Cortina uudistui ja muuttui entistä selkeälinjaisemmaksi, mutta persoonattommaksi automalliksi. Tekniikka säilyi hyvin entisen tapaisena, mutta koria oli suurennettu siten, että etenkin takatilat olivat suorastaan väljät. Uutta autossa oli parempi tuuletus ja lapsilukot takaovissa. Pienin moottori oli nyt uusi 1,3-litrainen 58,5 hv, mutta tehokkaampia vanhastaan tuttuja moottoreita oli myös tarjolla. Tekniikka koettiin kuitenkin hiukan vanhentuneeksi ja niinpä jo seuraavana vuonna moottoreita uusittiin siten, että mallistosta löytyi tehoa aina 63 hevosvoimasta 98:aan. Uusi isompi Cortina ylsi myyntitilastoissa aivan terävimpään kärkeen vuonna 1970, sillä se tarjosi runsaat tilat hintaansa nähden. Lisäksi ajettavuus oli suorastaan loistava ja uusien moottoreiden myötä suorituskykykin oli hyvä. Arvonsäilyminen Cortinalla oli kohtuullisen hyvää, mutta ei kuitenkaan länsisaksalaisten autojen veroista. Automallin heikkoudet olivat samat kuin edeltäjällään. Penkit olivat huonot ja verhoilu hiostavaa. Myös melua autossa oli melkoisen paljon. Naisten tekemässä autovertailussa Cortina todettiin parhaaksi autoksi perhekäyttöön suurten tilojensa ansiosta.³⁵⁰

Ford Cortinasta tuli vielä kolmaskin malliversio, joka ei kuitenkaan saanut Suomessa suurta suosiota. Se olikin käytännössä sama auto kuin saksalainen Ford Taunus, joka syrjäytti Cortinan mallistosta 1970-luvulla, samoin kuin Escort oli syrjäyttänyt Anglian 1960-luvun lopussa. Saksalaispohjaiset Fordit menestyivät Suomessa erittäin hyvin sekä 1970- ja 1980-luvuilla mutta Cortinan tapaan myyntitilaston kärkipaikkaan ne eivät yltäneet.³⁵¹

Ford oli 1960- ja 1970-luvuilla suosittu automerkki niin ammattityöväen kuin toimihenkilöiden ja maanviljelijöiden käytössä. 1980-luvulla Fordin eri mallien suosio laajentui Toyotan ja Volkswagenin tapaan lähes kaikkiin ammattiryhmiin.³⁵² Englannin Fordmallit olivat Suomessa etenkin miesten suosiossa. Lisäksi autot saivat kannattajia niin

³⁴⁸ Ojanen 1998b, s. 63–64, 73–76.

³⁴⁹ TM 11/1962, s. 40–43; TM 12/1963, s. 32–37. Cortinan koeajoja.

³⁵⁰ TM 16/1968, s. 50–55. Cortinan koeajo; TM 20/1969, s. 50–61. Naisten autovertailu.

³⁵¹ Ojanen 1998b, s. 79, 86–94, 99–100.

³⁵² TL 2/1980, s. 24. Tutkimus.

nuorista kuin vanhoistakin kuljettajista. Vuosittaisia ajokilometrejä pienimmät Fordit keräsivät 1980-luvulla keskivertoa vähemmän.³⁵³

5.5 Lujaa laatua Lada³⁵⁴

Lada oli jatkuvasti myyntikärjen tuntumassa 1970- ja 1980-luvuilla. Myyntimenestyksen ohella tämä vuonna 1971 Suomessa esitelty ja vielä 2000-luvullakin Venäjän kotimarkkinoille valmistettava takavetoinen Lada oli ja on edelleen auto, joka herättää tunteita, vaikka auto ei olekaan ollut teknisesti kovin erikoinen ja edistyksellinen. Itse asiassa Lada oli Fiat 124-mallin lisenssillä valmistettu versio.³⁵⁵ Se, mikä autosta on tehnyt erikoisen, oli sen valmistusmaa Neuvostoliitto.

Ladan menestystarina alkoi vuonna 1966, jolloin Neuvostoliiton ministerineuvosto ja puolueen keskuskomitea päättivät uuden autotehtaan perustamisesta. Fiatilta ostettujen lisenssien pohjalta ensimmäinen Lada valmistettiin vuonna 1970. Lada oli vielä 1970-luvulla nykyaikainen auto, mutta se muuttui vanhanaikaiseksi 1980-luvun kuluessa pienistä parannuksista ja uudistuksista huolimatta. Lada-tehtaalla insinöörit kehittivät uutuuksia ahkerasti ja niinpä esimerkiksi etuvetoisesta Lada Samarasta oli jo vuonna 1987 valmiina muun muassa nelivetoinen malli, mutta viisivuotissuunnitelmat ja sikäläisen hallinnon byrokratia olivat varmasti osa syy siihen, että erikoisemmat mallit eivät koskaan päässeet tuotantoon saakka.³⁵⁶

Perinteinen Lada oli takapyörävetoinen selvälinjainen auto, jossa oli keula, ohjaamo ja takakontti erikseen. Lada edusti 1960-luvun italialaista tekniikkaa, mutta oli vielä 1970-luvulla ajanmukainen neliovinen kulkuneuvo, joka sopi useille perheille tai nuorille ensi-autoksi liikkumiseen paikasta A paikkaan B. Itse asiassa Lada voitti hyvän hintalaatusuhteensa ansioista aidon Fiatin ja puolalaisen sisarmallinsa Fiat 125P:n kestovertailussa vuonna 1973. Aito Fiat oli ominaisuuksiltaan itäautoja parempi, mutta myös paljon kalliimpi hankkia. Lopputuloksena Ladan todettiin olevan ostamisen arvoinen ja itäauton ostamatta jättämiseen testissä ei nähty järkeviä perusteita.³⁵⁷

³⁵³ Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61.

³⁵⁴ Ladan mainoslause.

³⁵⁵ TL 2/1981, s. 32. Ladan koeajo.

³⁵⁶ TL 7/1987, s. 62–63. Raportti Lada-tehtaasta.

³⁵⁷ TM 7/1973, s. 68–77. ”Itäautot”.

Järkevänä kulkupelinä Lada täytti odotukset varsin hyvin etenkin 1970-luvulla. Perusmallin 1,2-litrainen moottori antoi 60 hevosvoiman tehon ja sai Ladan kulkemaan peräti 142 km/h vauhtia. Suuremmissa malleissa oli 1970-luvulla joko 1,3 tai 1,5-litrainen moottori. Uudelle 1500S-mallille autotoimittajat ennustivat vuonna 1973 suurta kaupallista menestystä Suomen lisäksi myös Ruotsissa, joka samoihin aikoihin oli suuresti kiinnostunut neuvostoliittolaisesta maakaasusta. Autoa luonnehdittiinkin ”lännenmakuiseksi”, josta jopa puuttui itäautoille ominainen ikävä haju. Auton vahvuuksina nähtiin tilat, jarrut ja meluttomuus. Heikkouksia olivat alkuperäiset renkaat, kaasuttimesta johtuva hyppelytaipumus sekä kankea kääntyvyys.³⁵⁸ Suurin Lada ei kuitenkaan yltänyt perusmallin myyntilukuihin ja menestys Ruotsissakin jäi varsin vaatimattomaksi. Suurin Ladamalli Lada 1600 esiteltiin vuonna 1977. Sen varustus oli runsas ja suurempi moottoriteho takasi hyvän suorituskyvyn, mutta muutoin sillä oli pienempien mallien sekä hyvät että huonot ominaisuudet.³⁵⁹

Laadullisesti Lada oli itäautojen parhaimmistoa, vaikka vikoja autossa esiintyi runsaasti länsimaisiin autoihin verrattuna. Oikeastaan Ladassa ei ollut juuri lainkaan varsinaisia tyyppivikakohteita, vaan autossa oli usein runsaasti pieniä vikoja siellä täällä, mikä vaikeutti auton katsastamista.³⁶⁰ Laadulliset puutteet oli kuitenkin monen omaa autoa haluavan helppo antaa anteeksi, kun huomioi Ladan kilpailijoitaan selvästi edullisemman hankintahinnan.³⁶¹ Ladan hyvinä ominaisuuksina neuvostoliittolaisten autojen tapaan olivat hyvä huollettavuus, ajettavuus huonoilla teillä, korkea maavara ja vakiovarusteina mukaan tullut erittäin kattava työkalusarja. Työkalusarjan laadukkuus ei tosin ollut paras mahdollinen ja sitä eivät myöskään olleet auton alkuperäisrenkaat. Tästä esimerkkinä Tuulilasin lukijanpalstalle³⁶² kirjoittanut nimimerkki ”Ladan ystävä”, joka totesi renkaat hengenvaarallisiksi, sillä jo 6600 ajokilometrin jälkeen renkaan runko oli vioittunut. Vielä 1970-luvun malleissa oli myös mahdollisuus käyttää käynnistyskampea, jolla moottorin sai käyntiin virran loputtua akusta.³⁶³ Lada oli siis korjaustaitoisten ja vaikeissa oloissa liikkuvien ”toiveauto”.

Lada-mallistoa paranneltiin vuosien mittaan, mutta tutut perusominaisuudet ja omituisuudet säilyivät silti. Merkittävimpiä muutoksia Ladaan tehtiin vuonna 1981, jolloin esi-

³⁵⁸ TM 15/1973, s. 50–53. Koeajo.

³⁵⁹ TL 7/1977, s. 50–54. Koeajo.

³⁶⁰ TM 8/1989, s. 105. Raportti.

³⁶¹ TL 2/1981, s. 32–35. ”Ensimmäinen auto”.

³⁶² TL 6/1983, s. 98.

teltiin uusilla valoilla ja kojetaululla varustettu 2105-malli, jonka moottoriin tuli hammashihna jakopäänketjun sijaan. Autolehdistössä käyntiääneltään hiljainen hihna otettiin iloiten vastaan.³⁶⁴ Muilta osin auto muistutti edeltäjiään. Ohjaus oli edelleen erittäin raskas ja kaasua äkkinäinen toiminnaltaan. Virtalukko sijaitsi edelleen muista autoista poiketen ohjauspylvään vasemmalla puolella ja ajoasento oli vanhaan italialaiseen tapaan kummallinen. Lisäksi auto oli uusiin kilpailijoihin verrattuna varsin meluisa ja kulutti kohtuullisen paljon polttoainetta. Ladojen heikkous oli myös ruostesuojausten puute, mikä käytännössä paljasti nopeasti sen, kuinka hyvin autoa oli pidetty. Huonosti hoidettu Lada ruostui melko nopeasti.

Lada oli vielä 1970-luvulla monille todellinen vaihtoehto autonvalinnassa, mutta 1980-luvulla se oli lähinnä vain vaihtoehto käytetyille länsiautolle. Osa syynä tapahtuneelle kehitykselle olivat elintasonnousu, statusarvojen muuttuminen ja se, että Lada jäi teknisesti jälkeen kilpailijoistaan yhä enemmän. Toisaalta myös auton hinta pysyi edullisella tasolla kilpailijoiden kallistuessa selvästi enemmän. Edullisen hinnan vastapainona auton jälleenmyyntiarvo ei säilynyt muiden merkkien tapaan, joten Ladalla kannatti ajaa pitkään, jos sen oli hankkinut.³⁶⁵ Lada oli oikeastaan 1980-luvun lopulla suorastaan halpa ostaa ja niinpä myynti sujui vielä vuosikymmenen lopullakin hyvin ja ehkäpä juuri runsaan mainonnan ansiosta. Runsaassa mainonnassa ei ”ylisanoja” säästely, vaan esimerkiksi vuonna 1983 Ladan 2107-mallia keuhuttiin edustavaksi, ylelliseksi ja nautittavaksi ajaa.³⁶⁶

Perinteisen takavetoisen Ladan rinnalle tuli vuonna 1986 etuvetoinen selvästi nykyaikaisempi Samara-malli. Se herätti kiinnostusta jo ennen markkinoille tuloaan, mutta osoittautui alkuun odotettua huonolaatuisemmaksi ja kalliimmaksi. Ajoominaisuuksiltaan Samara oli hyvä auto, mutta huono laatu kirvoitti, jopa auton ostaneita kirjoittamaan Tuulilasin yleisönosasto palstalle. ”Viiden kuukauden omistusaikanani Samara on ollut korjaamolla kolmetoista kertaa”³⁶⁷. Samara herätti aiempien Ladojen tapaan myös tunteita ja ajatuksia autoista kiinnostuneiden parissa, sillä Tuulilasin yleisönosastolle kirjoitti myös nimimerkki Datsunisti, joka ihmetteli kärjekkäästi Samaran saamaa kiitosta testeissä: ” Auto on epäonnistunut korkea horokki. Sen valot palavat milloin

³⁶³ TL 9/1975, s. 30. Vertailu.

³⁶⁴ TL 3/1981, s. 78–79. Lada esittelyssä.

³⁶⁵ TM 17/1984, s. 58. Henkilöauton hintakehitys 80-luvulla.

³⁶⁶ TL 4/1984, s. 74 Lada testissä; TL 11/1983, s. 12–15, 69. Mainos. Sedgwick 1991, s. 225, 228.

³⁶⁷ TL 4/1989, s. 124. Yleisönosasto.

sattuu. Vedet tulevat sisälle kuin vanhaan puuveneeseen.”³⁶⁸. Silti Samaroillekin löytyi 1980-luvulla kysyntää, vaikka vanha Lada-malli piti hyvin pintansa myyntitilastoissa halpana perusautona.³⁶⁹

Ladojen suurta suosiota selittänee paljon omistajien antamat arviot autostaan. Ladassa parasta oli halpa hinta. Edullisen hinnan taustalla on paitsi halpa tehdashinta, niin myös suomalainen verokaava, joka suosi Saabin ohella myös Ladaa.³⁷⁰ Auton parhaita puolia olivat myös varma kylmäkäynnistyvyys ja reilut tilat. Myös helppo huollettavuus on ollut Ladan omistajien mieleen. Ladoilla ajoivat eniten perheelliset ammattityöväestöön kuuluneet henkilöt, mutta Lada oli suosittu myös ensiautoksi. Varsinaista nuorison suosiota Lada ei silti saavuttanut, vaan pääasialliset Lada-kuljettajat olivat keski-ikäisiä miehiä.³⁷¹ Auton tyylikkyyteen, ruosteenestoon, suorituskykyyn, ajettavuuteen, jälleenmyyntiarvoon tai valmistusmaahan ei omistajilta kehuja irronnut vuonna 1986 tehdyssä tutkimuksessa. Epäilemättä 1970-luvulla annetut vastaukset olisivat voineet poiketa merkittävästi, sillä Lada oli tuolloin selvästi ajanmukaisempi auto kuin myöhemmin. Ladasta myös kyseisen tutkimuksen perusteella oltiin halukkaita vaihtamaan toiseen merkkiin, Nissanista tai Volkcarista aina Mercedes-Benziin saakka. Toki yli 40 prosenttia tutkimukseen vastanneista oli tyytyväisiä merkkivalintaansa edelleen ja edustivat siten Ladan vankkaa kannattajajoukkoa.³⁷² Auton viimeistely ei kuitenkaan miellyttänyt vaativampia autoilijoita, siksiäpä Ladalla ajaneet suomalaiset pitivätkin autoaan vain käyttöesineenä, ei statussymbolina. Uudempienkaan Ladojen vahvuuksiin ei myös voinut laskea istuimia tai ajoasentoa, jotka sopivat vain harvoille mainiosti.³⁷³

Ladoja tuotiin runsaasti bilateraalisen kaupan puitteissa, mikä kenties selittää Ladojen aiemman suosion valtion laitosten käytössä. Jotkut myös hankkivat Ladan ideologisin perustein ”*Lada on ollut ja on edelleen viesti vasemmistolaisesta maailmankuvasta...*”³⁷⁴. Ladan suosio suomalaisten keskuudessa väheni huomattavasti 1990-luvun laman ja Neuvostoliiton kaatumisen myötä. Perinteisen takavetoisen Ladan tarina päättyikin Euroopan Unionin asettamiin vaatimuksiin muun muassa turvallisuuden suhteen seuraavalla vuosi-

³⁶⁸ TL 1/1988, s. 94. Yleisönosasto.

³⁶⁹ TL 3/1991, s. 92. Juttua Ladasta.

³⁷⁰ Nykänen 2004, s. 50–51.

³⁷¹ TL 2/1980, s. 24. Tutkimus; Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61.

³⁷² TL 8/1986, s. 32–36. Tutkimusraportti.

³⁷³ TL 4/1989, s. 61. Istuintesti.

³⁷⁴ Laakso 1994, s. 25.

kymmenellä.³⁷⁵ Silti Ladan maine säilyi. Se lienee yksi eniten kotimaisissa elokuvissa esiintyneistä ajoneuvoista ja on varmasti yhtä tuttu suomalaisille kuin VW-kuplakin. Kuplan tavoin myös Ladasta muodostui vähitellen kulkuneuvon sijaan harrastus tai elämäntapa.

5.6 Opel - Nyt ja tulevaisuudessa³⁷⁶

Opel Kadett edustaa Toyota Corollan tapaan automallia, joka on vaikuttanut autoistumiseen jokaisella tutkimusajanjakson vuosikymmenellä. Kadetit olivat mallisukupolviltaan nimetty aakkosin A:sta E:n, joista viimeinen mallisukupolvi jäi mallin viimeiseksi 1990-luvun alussa. Kadett oli Corollan tapaan peruskäyttöauto. Itse asiassa voisikin sanoa, että Kadett oli Saksan Corolla ja päinvastoin Corolla oli Japanin vastine Kadettille. Toki samaan rinnastukseen voisi laskea myös Ford Escortin ja myöhemmin myös Nissan Sunnyn ja VW Golfin. Kadett edusti laajassa ja arvostetussa Opel-mallistossa pitkään pienintä mallisarjaa, kunnes 1980-luvun alussa esiteltiin kooltaan kasvaneen mallin alapuolelle Corsa-malli.

Opel Kadett syntyi monien kaltaistensa automallien tapaan takapyörävetoisena ja etu-moottorisena. Ensimmäinen Kadett - Kadett-mallinimeä oli käytetty jo 1930-luvulla ja nimi palasi takaisin uuden automallin myötä - oli malliltaan A ja se esiteltiin suomalaisittain merkittävän autovuonna 1962. Siinä oli nykyaikainen itsekantava korirakenne ja 1,0-litrainen 46 hevosvoimainen moottori. Moottori oli aikalaisekseen edistynyt ja antoi autolle riittävän ripeän kulun. Auto oli myös mainio ajettava hammastanko-ohjauksensa ansioista ja lisäksi auto oli siististi viimeistelty. Myös korin tukevuus oli hyvä ollakseen uudenaikainen itsekantava rakenteeltaan. Muutoin auto oli varsin tavallinen ja jopa mitäänsanomaton. Suurin syy siihen, ettei auto kyennyt haastamaan esimerkiksi Volkswagenia oli hinta, joka kipusi kilpailijoita korkeammaksi.³⁷⁷ Vuonna 1965 esiteltiin suurempi 1,1-litrainen Kadett B-malli, joka oli rekisteröity edeltäjästään poiketen viidelle hengelle. Tilaa riitti myös tavaroille, sillä takakontti oli suorastaan kookas. Perusmallin moottorista irtosi 54 hevosvoimaa, mikä oli kilpailijoihin verrattuna varsin vaatimaton lukema. Suuremmilla moottoreilla suorituskyky ja kulutus olivat paremmin tasapainossa ja autossa oli luokkaa suuremman tuntua. Ajettavuus ohjaustuntoa lukuun ottamatta oli

³⁷⁵ Tästä aiheesta ja Ladasta yleensä mm. Larmela 2001, s. 89.

³⁷⁶ Opel in mainoslause 1980-luvulla.

³⁷⁷ Ojanen 1999, s. 52–53; TM 2/1963, s. 26–61. Kadettin koeajo.

suorastaan erinomainen, mutta lämmityslaite ei ollut erityisen tehokas. Viimeistely ei vastannut kuitenkaan uusimpien kilpailijoiden tasoa. Aikalaisarvostuksista kertonee auton saamat moitteet, sillä autotestaajat olivat suuresti harmissaan huonosti sijoitetusta tuhkakupista.³⁷⁸ Kadettin vahvuuksia oli myös laaja mallisto, mitä monet muut merkit eivät tuolloin voineet tarjota. Mallistossa oli 2-ovisten, 4-ovisten ja farmarien ohella myös urheilullinen ja linjakas Coupe-malli, joka saavutti ralleissa menestystä.³⁷⁹

Viimeinen takavetoinen Kadett-mallisto esiteltiin vuonna 1973. C-mallin Kadett oli paljon edeltäjänsä linjakkaampi, mutta teknisesti hyvin paljon edeltäjänsä kanssa samanlainen. Auton markkinointivaltiksi otettiin energiakriisin aikana pieni kulutus, mikä kiellettävää oli Kadettin yksi monista vahvuuksista. Vuonna 1975 jo ennestään laajaan mallistoon esiteltiin myös monikäyttömalli, jolla haluttiin haastaa Fiat 127 ja VW Golf. Takavetoisuus oli kuitenkin tilankäytön kannalta mallin selvä haittatekijä, sillä sekä jalka-että tavaratilat olivat varsin vaatimattomat. Monikäyttöinen uutuusmalli ei pystynyt haastamaan edullisempaa Fiat 127:a myynnissä eikä Tuulilasin monikäyttömallien vertailutestissä, jossa Opel sijoittui neljänneksi Fiatin voittaessa.³⁸⁰ Kadett Cityksi nimetty monikäyttömalli hävisi myös vertailun Englantilaiselle sisarmallilleen Vauxhall Chevetelle lähinnä laiskemman moottorinsa vuoksi.³⁸¹ Laadussa ja myynnissä saksalainen versio oli kuitenkin etevämpi. Kadett-malliston suosion taustalla oli varmasti mallisarjan hyvä maine ja erinomainen ajettavuus. Eniten myydyimmän Sedan-mallin tavaratila oli myös kokoluokassaan erityisen tilava. Tunnusomaista C-mallin Kadetille oli helppohuoltoisuus ja tutut tekniset ratkaisut. Liikenteen seassa auton tunnisti pienten heikkotehoisten moottorin käyntiäänestä, joka muistutti lähinnä heinäsiirkkaparven ääntä. Hyvästä myynnistä huolimatta suurin kaupallinen suosio jäi kuitenkin saavuttamatta, sillä esimerkiksi selvästi ripeämmän vastaavankokoisen Toyota Corollan sai parituhatta markkaa edullisemmin. C-mallin Kadett osoittautui myös varsin vähävikaiseksi Opel-malliksi, mikä osaltaan auttoi hyvän maineen syntymiseen. Auton tasaiset ajo-ominaisuudet toivat autolle myös lukuisia vertailuvoittoja, joissa tiukimmat haastajat kuten Fiat, Ford ja Toyota jäivät usein taakse. Jarrujen tehossa sen sijaan oli toivomisen varaa moneen kilpailijaan verrattuna.³⁸² Kadettia luonnehdittiin Tekniikan Maailman autovertailuissa positiiviseen sävyyn pyy-

³⁷⁸ TM 4/1968, s. 54–59. Kadettin Koeajo; TM 13/1970, s. 56–75. Vertailu.

³⁷⁹ Ojanen 1999, s. 68–70, 80.

³⁸⁰ TL 12/1978, s. 23. Vertailu.

³⁸¹ TL 3/1976, s. 22–30.

³⁸² TL 1/1977, s. 24–25. ”Auton heikot kohdat 1976”; TL 11/1977, s. 73. Vertailu; TL 6/1975, s. 20.

teettömäksi liikkumavälineeksi ilman minkäänlaista ilmettä. Vanhemmiten erityisesti nuoret ja toista autoa tarvitsevat perheet kiinnostuivat C-Kadetteista ja ne olivatkin haluttuja autoja myös käytettyinä. Tyypillisimpiä vikoja autossa oli bensatankin ruostuminen ja moottorin kuluminen.³⁸³

Ensimmäinen etuvetoinen vuonna 1979 esitelty D-mallin Kadett suunniteltiin VW Golfin kilpailijaksi. Autoon tuli perusmallin vanhanaikaista moottoria lukuun ottamatta uudet yläpuolisella nokka-akselilla varustetut moottorit. Myöhemmin nuo isommat moottorit aiheuttivat ongelmia katkeilevien nokkahihnojensa vuoksi. Kokonaisuutena uusi malli oli kuitenkin ominaisuuksiltaan tasapainoinen ja lisäksi varsin vahvaa tekoa, eikä siinä ilmaantunut kovin isoja vikoja edes uutuuttaan. Ainoastaan jousituksessa ja moottorin tiiviudessa oli sanomista. Vahvan perusrakenteen vastapainona pieniä laatupuutteita autossa esiintyi yllättävän runsaasti.³⁸⁴ Mallin vahvuuksia olivat erinomainen ajettavuus ja tilankäyttö. Lisäksi tässäkin Kadett-mallissa oli luokkaa suuremman auton tuntua ja jämäkkyyttä.³⁸⁵ Suosiota rajoitti kuitenkin selvästi hinta, sillä vastaavankokoisen, selvästi paremmin varustellun markkinoita hallinneen Datsun Cherryn sai vuonna 1980 lähes 5000 markkaa edullisemmin. Myös takavetoinen ja varmaksi valinnaksi todettu Toyota Corollakin oli hiukan edullisempi kuin vastaava Kadett. Auton Kadett oli ominaisuuksiltaan Datsunia, parempi mutta hinnoittelu oli suosion kannalta katsoen pielessä. Ainostaan vuonna 1982 esitelty diesel-malli oli hinnaltaan sekä ominaisuuksiltaan kilpailukykyinen pahimpiin kilpailijoihin verrattuna. Suomalaisen verotuskäytännön vuoksi pienellä diesel-mallilla ei kuitenkaan ollut suurta suosiota autonostajien keskuudessa. Opel Kadett oli kuitenkin moniin kilpaileviin automalleihin verrattuna erittäin hyvässä maineessa 1980-luvulla ja auto menestyikin vertailuissa kohtuullisen hyvin. Esimerkiksi vuonna 1982 auto oli suurvertailussa toinen heti Ford Escortin jälkeen hyvien tilojen ja ajettavuutensa ansiosta.³⁸⁶

Vuonna 1984 markkinoille tuli uudistettu E-mallin Kadett, joka oli ominaisuuksiltaan entistä parempi. E-mallia kehitettiin sekä tilavaksi ja taloudelliseksi, mutta se oli myös mainio ajettava. Muotoilultaan malli oli suorastaan linjakas ja ilmanvastuserroin oli

³⁸³ Ajovalo.net (www), luettu 30.3.2006; Ojanen 1999, s. 103, 106; TM 18/1974, s. 78–87. Vertailu; TL 11/1982, s. 70–76. Käytetyt autot-raportti.

³⁸⁴ TL 8/1980, s. 41–42. ”Kadett kestotestissä”.

³⁸⁵ TM 9/1982, s. 85. Vertailu.

³⁸⁶ Ajovalo.net (www), luettu 30.3.2006; TL 11/1987, s. 78–82. Käytetyt autot raportti; TL 5/1982, s. 12–16. Koeajo; TL 11/1982, s. 22. Vertailu tulos.

luokkansa pienin ollen 0,32.³⁸⁷ Sisätiloiltaan auto oli kuitenkin perinteisempi ja tekniikka oli lähes suoraan edeltävästä mallista. Uudenlainen muotoilu haittasi näkyvyyttä ja tilojen hyväksikäyttö ei ollut aivan yhtä selkeää kuin edeltäneessä mallissa. Erittäin pienen kuluksen ja hiljaisuuden vastapainona auto oli laiska kiihtymään ohituksissa. Jarrut puolestaan ansaitsivat kiitokset, samoin kuin auton hinnan ja ominaisuuksien suhde. Autolle ennustettiin vuonna 1984 kaupallista menestystä.³⁸⁸ Viimeiseksi Kadett-malliksi ennen Astra-mallin tuloa jäänyt Kadett E-malli edusti aikansa tyypillistä saksalaisautoa, joka pyrittiin tekemään mahdollisimman edistyneeksi mahdollisimman edullisin kustannuksin. Tästä seurauksena Kadettin laatu oli hiukan aiempia malleja heikompi ja etenkin huonolaatuinen maalaus aiheutti melko pian ruostumista. Aiemmista Kadett-malleista periytyi myös moottorin öljynvuototaipumus sekä jousitukseen liittyneet ongelmat, sillä tällekin mallille tyypillinen ongelma oli jousien katkeaminen.³⁸⁹ Muutamista ongelmistaan huolimatta Kadettin suosio kasvoi Suomessa 1980-luvun loppua kohden siten, että malli oli vuonna 1989 Corollan jälkeen toiseksi suosituin. Suosion syynä olivat paitsi tasapainoiset ominaisuudet niin myös hinta, sillä esimerkiksi Kadett 1,6 oli vastaavaa Corolla 1,6:sta edullisempi hankkia 1980-luvun lopussa.³⁹⁰ E-mallin onnistuneesta kokonaisuudesta kielivät myös useat vertailutestivoitot: ”*huomaamattomalla tasaisuudella se hiipi vertailutestin voittajaksi*”³⁹¹.

Opel Kadett ei missään vaiheessa yltänyt tiukimpaan myyntikärkeen Suomessa, mutta auto sijoittui lähes joka vuosi kohtuullisen hyvin myyntitilastoissa. Opelin vahvaa myyntiä edesauttoivat Datsunin, Fordin ja Toyotan tapaan myös suuremmat mallisarjat, kuten Ascona ja Vectra. Parhaiten suomalaisten suosioon ylsivät Kadettin B- ja C-malli, jotka loivat mielikuvaa Kadettista vahvana perusautona sekä viimeiseksi esitelty E-malli. Vanhimmat mallit saivat vanhemmissa ikäryhmissä ja lähes kaikissa ammattiryhmissä kannatusta, mutta maanviljelijöiden osuus korostui joidenkin mallien kohdalla. Kadett C-malli sai nuorisolta kannattajia varmasti takavetoisuutensa ja helpon viritettävyyden ansiosta. Uudemmat mallit profiloituivat enempi kaikkien ikä- ja ammattiryhmien autoiksi. Enemmistö Kadett-omistajista ja käyttäjistä oli tutkimuksen mukaan miehiä.³⁹²

³⁸⁷ TL 1/1987, s. 56. Vertailutesti.

³⁸⁸ TM 17/1984, s. 38–43. Koeajo.

³⁸⁹ TM 8/1989, s. 102. Raportti

³⁹⁰ Ajovalo.net (www), luettu 31.3.2006.

³⁹¹ TM 4/1989, s. 54. 9 auton vertailu.

5.7 Saab - Se varma kotimainen³⁹³

Tunnetun 1930-luvulta saakka toimineen ruotsalaisen lentokonevalmistajan ensimmäinen automalli Saab 92 valmistui vasta vuonna 1949. Auton kehittämisessä oli painotettu turvallisuutta ja aerodynamiikkaa, mikä antoi autolle varsin omaleimaisen ulkonäön. Autoa kutsuttiin Trollhättanin mopoksi, mutta myöhemmin myös vertaukset sammakkoon tai sämpylään tulivat tutuiksi. Auto oli suunniteltu Volkswagenin kilpailijaksi, mutta oli kuitenkin sitä kalliimpi ja huonommin varusteltu. Volkswagenista poiketen Saabissa oli etuveto ja kaksitahtimoottori. Auto sai kuitenkin ajettavuutensa ansiosta suuren suosion ralliautoilijoiden parissa, jotka oivalsivat Saabilla ajaessaan vasemman jalan jarrutuksen merkityksen urheilullisessa ajossa.

Saabin automallia kehiteltiin jatkuvasti ja 92-mallin seuraajat 93, 95 ja 96 olivat käytännössä saman auton jatkokehitelmiä. 95-malli erosi koriltaan sisarmalleistaan, sillä se oli farmarimalli. Saab 96 malli esiteltiin vuonna 1960 ja se erosi aiemmista 92 ja 93 malleista tehokkaalla 38hv moottorillaan ja nelivaihteisella vaihteistollaan. Myös pieneksi moitittu ikkunapinta-ala, takavalot, polttoainesäiliö ja takatilat olivat hiukan kasvaneet edeltäjiin nähden. Uutta oli myös matkustamon läpivirtaustuuletus. Oikeastaan seuraava suuri edistysaskel mallin kehityksessä oli vanhanaikaisen vika-alttiiksi³⁹⁴ todetun 2-tahtimoottorin korvaaminen Fordilta lainatulla 4-tahtisella V4-moottorilla, joka esiteltiin Saabin keulalle vuonna 1966. Uusi 65hv moottori sopi Saabiin hyvin ja oli jo aiemmin kestäväksi havaittu. Samalla poistui aiemman moottorin suurin ongelma, joka oli korkea polttoaineen kulutus.

Kuten Volkswagenia, niin myös Saabia paranneltiin lähes vuosittain lukuisin pienin muutoksina, jotka eivät juuri ulospäin näkyneet. Tällaisia parannuksia olivat muun muassa vuonna 1970 uudenaikaisten 3-pisteturvavöiden asentaminen ja taitettava takaselkänoja, jolla tilat muuttuivat monikäyttöisemmiksi. Vuonna 1976 autoon tuli lisää ”Saabismeja”³⁹⁵, joista valtaosa painotti turvallisuutta. Tällaisia tekijöitä olivat muun muassa suuret turvapuskurit. Myös ahtaita takatiloja parannettiin siirtämällä takaistuinta muutaman sen-

³⁹² TL 2/1980, s. 24. Tutkimus; Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61.

³⁹³ Saabin mainoslause 1980-luvulla.

³⁹⁴ Sedgwick 1991, s. 226.

³⁹⁵ ”Saabismeilla” tarkoitetaan Saab-autoille ominaisia erityispiirteitä. Tällaisena on pidetty muun muassa virta-avaimen sijoitusta etuistuinten väliin ja pyyhkimillä varustettuja ajovalonpesimiä.

tin taaksepäin.³⁹⁶ Saab 96 alkoi kuitenkin 1970-luvun lopussa olla jo vanhentunut, mikä näkyi erityisesti auton tiloissa ja muotoilussa parannuksista huolimatta. Vuonna 1978 malli hävisi viiden Suomessa valmistetun automallin vertailun isommille Saabeille ja Chrysler-malleille selvästi.³⁹⁷ Vuosimalli 1980 jäi Saab 96:n viimeiseksi ja pienimmäksi Saabiksi jäi yli kymmenen vuotta rinnalla valmistettu selvästi kalliimpi 99-malli.³⁹⁸

Saab 96-malli ei vielä 1960-luvulla saavuttanut Suomessa kovinkaan suurta suosiota kalliin hintansa vuoksi, mutta 1970-luku oli Saabille erittäin suosiollista aikaa ja malli menestyi myyntitilastoissa erinomaisesti sijoittuen useana vuonna kolmen myydyimmän mallin joukkoon. Vanhanaikaisen Saab-mallin suurin suosion syy oli sen kotimaisuus, sillä mallin valmistus alkoi Suomessa 1969 ja siirtyi vuonna 1978 kokonaan Suomeen.³⁹⁹ Suomalaiset innostuivat suuresti vauhtisämpyläksikin kutsutusta Saabista, joka yhä enemmän miellettiin kotimaiseksi tuotteeksi. Innostuksesta hyvänä esimerkkinä oli muun muassa Tekniikan Maailman vuonna 1979 järjestämä kilpailu, jossa lukijat saivat suunnitella ja valmistaa Saab 96:sta hyvin kuvaavan pienoismallin. Toimitukseen tulikin lähes 300 Saabia, jotka oli askarreltu esimerkiksi puusta, muovista, kengästä, lusikoista, kankaasta, kananmunan kuoresta tai savesta. Palkinnot olivat hienot, sillä lohdutuspalkintojen ohella jaettiin 10 kameraa ja voittaja Esa Siipilehto sai aivan oikean 39 900 markan arvoisen Saab 96 GL Superin.⁴⁰⁰

Kotimaisuuden ohella Saabin suosion syiksi voidaan myös mainita auton saamat merkittävät verohelpotukset kotimarkkinoille, mikä toi hankintahinnan kilpailukykyiseksi etenkin 1970-luvulla. Esimerkkinä hintakilpailukyvystä kertoi se, että vastaava Saab saattoi olla Volvoa kalliimpi Ruotsissa, mutta Suomessa Saab oli selvästi Volvoa edullisempi.⁴⁰¹ Muita Saabin etuja olivat vankka, kestävä ja turvallinen rakenne, minkä vuoksi autoa pidettiin ”umpirautana”. Saab oli laadukas automerkki mutta suomalainen työnlaatu ei yltänyt ruotsalaiselle tasolla, mikä näkyi muun muassa maalauksen ja osien sovituksen virheissä sekä suurempana vika-alttiutena.⁴⁰² Muita 96-mallin vahvuuksia olivat korkea arvostus suhteessa hintaan, yleinen tukevuus ja ajettavuus sekä hyvä etenemiskyky huonoillakin teillä etuedon ja suurien pyörien ansiosta. Myös auton jarrut olivat suorastaan

³⁹⁶ TL 9/1975, s. 76–77. Esittely.

³⁹⁷ TL 10/1978, s. 12–20. Vertailu.

³⁹⁸ Lindh 1987, s. 16, 34, 54, 77–113.

³⁹⁹ Hytönen 1992, s. 62.

⁴⁰⁰ TM 17/1979, s. 44–49. 300 Saabia.

⁴⁰¹ Nykänen 2004, s. 50–51; TM 3/1974, s. 70–71. Saab ja Volvo vertailussa.

⁴⁰² TL 11/1978, s. 69. Saab 99:n kestotesti; TM 3/1974, s. 70–71. Saab ja Volvo vertailussa.

erinomaiset. Etuvetoisuus alkoi olla 1980-luvun lähestyessä valttina pahinta kilpailijaa Volvoa vastaan, vaikka Volvolla yhä vedottiin vannoutuneesti takavedon puolesta. Volvo-mallistoon alkoi kuitenkin tulla etuvetomalleja jo vuosikymmenen lopulla, mutta Saabilla autojen perusrakennetta ei tarvittu muuttaa. Kysymykset autojen vetotavasta eivät kaiketi edesauttaneet 1970-luvulla kaavailtua ja sittemmin kuopattua yhteistyötä ruotsalaisvalmistajien kesken.⁴⁰³

Talviautona Saab 96 oli erinomainen paitsi etenemiskyvyn niin myös lämmityslaitteensa ansiosta. Myös Simo Lampisen ja muiden Saabilla ajaneiden kuljettajien rallimestyminen oli vaikuttanut mielikuvaan hyvästä ajettavuudesta huonoissa olosuhteissa. Auton heikkouksina pidettiin ahtaita tiloja, suurehkoa kulutusta ja korin rakenteesta johtuvaa polkimien kummallista sijoitusta. Myös rattivaihteisto oli vanhanaikainen jo 1960-luvulla. Suorituskyky ei ollut kevyempien ja tehokkaampien kilpailijoiden tasoista. Auto sai myös turvallisen ajokin maineen, mutta todellisuudessa Saab 96 ei ollut sen turvallisempi kuin parhaat kilpailijansa, vaan turvallisen maine pohjautui pitkälti isomman Saab 99:n hyvään turvallisuuteen ja mainonnan antamiin mielikuviin.⁴⁰⁴

Pienimpiä Saabeja automerkkinä suosivat usein toimihenkilöt ja lapsettomat vanhemmat pariskunnat. Nuoriso ja naiset eivät juuri 96:sta innostuneet.⁴⁰⁵ Kyseenalaista kunniaa Saab sai Volvon ja Mercedes-Benzin ohella myös Tuulilasin tutkimuksessa, jossa tutkalla mitattiin eri automerkkien nopeuksia maantiellä. Saabeilla ajettiin eniten ylinopeutta.⁴⁰⁶ Autotesteissä ja vertailuissa Saab 96 ei yleensä suurta menestystä saanut, mutta 30 000 kilometrin kestopitestissä se pärjäsi pientä hollantilaista Volvo 66-mallia paremmin.⁴⁰⁷ Saabin menestyksen salaisuudet liittyivätkin ominaisuuksien sijaan auton valmistusmaahan, hinnoitteluun, ”saabismeihin” ja yleiseen uskomukseen auton lujuudesta.

5.8 Toyotalla Suomi kulkee⁴⁰⁸

Toyota Corolla oli todellinen kokokansan auto. Se oli koko aikajakson myydyin automalli Suomessa. On kuitenkin hyvä huomioda, että toisin kuin toinen kokokansan auto VW ”Kupla” pysyi lähes samanlaisena koko myyntiaikansa, niin Corolla uudistui merkittä-

⁴⁰³ TL 8/1977, s. 52–53. ”Pakkoavioliitto ruotsalaiseen tapaan”.

⁴⁰⁴ TM 11/1973, s. 36–37; TM 5/1963, s. 40–45. Saabin koeajoja; Ajovalo.net (www), luettu 29.3.2006.

⁴⁰⁵ Kastemaa 1984, s. 106; TL 2/1980, s. 24; Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61.

⁴⁰⁶ TL 9/1976, s. 42–45. Tutkimus.

⁴⁰⁷ TL 7/1976, s. 38–53. Kestotesti.

västi noin viiden vuoden välein.⁴⁰⁹ Ensimmäisen vuonna 1967 Suomeen tuodun ja erinomaisten myyntivuoden 1989 mallisten Corolla-merkkisten autojen välillä ei käytännössä ollut nimen lisäksi montaa yhteistä tekijää. Toyota Corolla, kuten ei esimerkiksi Opel Kadettkaan tarkoita vain yhtä automallia, vaan kyse oli useista erilaisista mallisarjoista samanmerkkisiä autoja. Ennemminkin voitiin puhua hyvämaineisesta tuotemerkestä. Corollan tapauksessa tuo tuotemerkki sai suosiota Suomen ohella muuallakin, sillä se oli ajanjakson loppuun mennessä paitsi eniten myyty mallisarja Suomessa niin myös suosittu koko maailmassa, sitä oli myyty jo lähes 15 miljoonaa kappaletta.⁴¹⁰

Toyota Corolla ei kuitenkaan kerro kaikkea itse automerkeistä. Kuten useimmat muutkin suomalaisten suosimat automallit, niin Corollakin on kuulunut mallistonsa pienimpiin. Itse asiassa Corolla oli Suomessa pienin Toyota aina vuoteen 1978 saakka, jolloin mallistoon esiteltiin pienemmät Starlet- ja Tercel-mallit. Fordin, Nissanin, Opelin ja Saabin tapaan myös Toyota on pärjännyt hyvin myös suurempien automallien myynneissä muun muassa isommalla Carinalla sekä edustavammilla Camrylla, jotka olivat suosittuja malleja yksityiskäytön ohella muun muassa taksikäytössä.

Toyotan myynti Suomessa alkoi vuonna 1964, jolloin Korpivaara Oy aloitti maahan tuonnin edustavalla Crown-mallilla. Harva tiesi tuolloin, että Toyota oli jo maailman kymmenenneksi suurin autonvalmistaja.⁴¹¹ Todellinen kaupallinen menestys alkoi kuitenkin Suomessa vasta pienellä takavetoisella Toyota Corollalla vuonna 1967. Toyotaa ei alettu tuoda Suomeen hetken mielijohteesta, vaan jo vuonna 1960 kauppaneuvos Paavo Korpivaara toi koe-erän Toyotan Tiara-malleja testattavaksi. Kahden vuoden ajan näitä ajokkeja kokeiltiin, jotta autojen tekninen taso ja soveltuvuus Suomen oloihin tulisi selvitettyiksi. Autot havaittiin hyväksi, mutta tuontia varten odoteltiin aivan uusia nykyaikaisempia malleja ja sellainen suuri Crown olikin vuonna 1964. Toyotan korkea laatu, hyvä huoltoverkosto sekä osien saatavuus ja kohtuullinen hinnoittelu hälvensivät nopeasti japanilaisia autoja kohtaan tunnetut ennakkoluulot. Niinpä jo 1970-luvun alussa Corolla kipusi ensimmäisen kerran myyntitilastojen kuumimpaan kärkeen.⁴¹²

Toyota Corollan neljä ensimmäistä mallisukupolvea olivat takavetoisia. Alun perin 1,1-litrainen moottori kasvoi 58 hevosvoimaiseksi 1,2:ksi jo ensimmäisen korimallin lop-

⁴⁰⁸ Toyotan mainoslause 1980-luvulla.

⁴⁰⁹ Laakso 1999, s. 126.

⁴¹⁰ Kuch 2005, s. 69.

⁴¹¹ Kuch 2005, s. 250.

⁴¹² Kastemaa 1984, s. 115–116; TM 17/1974, s. 142. Toyota 10v Suomessa.

puaikoina. Perusmoottorin koko kasvoi 1,3-litraan vuoden 1978 Corollassa. Perustekniikka säilyi melko samanlaisena aina vuoteen 1983 saakka, mutta ulkomuoto ja alustaratkaisut muuttuivat mallimuutosten myötä. Vuonna 1967 esitellyn ensimmäisen korimalin Corolla KE10 sai hiukan yllättäen melkoisen suosion. Suosion syiksi osoittautui jo tuolloin korkea laatu, hyvä varustelu, tehokkaat jarrut, taloudellisuus ja hyvä suorituskyky. Moitteita autolle annettiin istuimista, näkyvyydestä ja hiukan epämääräisestä ohjauksesta. Erityistä kiitosta Corollan ominaisuudet sai Tekniikan Maailman järjestämässä vertailussa, jossa naiset tutkivat autoja. Corollan näppäryys ja kevyt ajettavuus olivat naisten mieleen.⁴¹³ Seuraava sukupolvi esiteltiin vuonna 1970. Auto oli edeltäjänsä linjakkaampi ja suorituskykyisempi. Auto oli kokoisekseen suorastaan nopea, mikä oli monelle auton hankkineelle vapaiden rajoitusten aikana merkittävä ostoperuste. Tämäkin Corolla-malli oli myös erittäin kestävä ja säilyi liikenteessä pitkään. Uudempi malli kuitenkin kulutti polttoainetta edeltäjänsä enemmän ja se ei ollut kokonaisuutena yhtä hyvä ominaisuuksiltaan kuin edeltävä malli. Esimerkiksi ajettavuus oli ehkä jopa huonompi ja hiostavissa muovipenkeissä oli ikävä istua. Myös tehostamattomat jarrut olivat jäykät käyttää. Tämä toisen sukupolven malli kuitenkin nousi myyntitilastojen kärkeen Suomessa vuonna 1973 joistakin heikkouksistaan huolimatta. Auton parasta antia oli erittäin hyvä tekninen kestävyys ja edulliset käyttökulut moniin kilpailijoihinsa verrattuna, vaikka jotkut muut japanilaismallit olivat laadullisesti jopa parempia, sillä esimerkiksi Tuulilasin kestopestissä Corolla hävisi Datsunille ja Mazdalle viattomuudessa.⁴¹⁴ Uudesta Corollasta todettiinkin Tekniikan Maailman esittelyssä, että auto ei ole halvin tai paras, mutta se antoi rahalle vastinetta.⁴¹⁵ Erikoista mallin kohdalla oli, että jostain syystä suurin osa tämän mallin Corollista oli väriltään sinapinkeltaisia. Ehkä väri oli tuolloin muodikas, mutta luultavasti kyseisen värin saatavuus oli muita värejä parempaa. Tätä KE20-mallia riitti myytäväksi Suomessa vielä vuonna 1978, vaikka isompi Corolla-malli KE-30 oli esitelty rinnalle jo vuonna 1975.⁴¹⁶

Uusi Corolla-sarja jatkoi edeltäjien tekniikalla, mutta oli nyt kooltaan hiukan aiempaa suurempi. Autoa mainostettiin isoksi, vaikka se ei juuri edeltäjänsä pidempi ollutkaan. Se oli kuitenkin jonkun verran edeltäjänsä leveämpi, mikä näkyi parantuneena matkus-

⁴¹³ TM 15/1967, s. 40–45. Corollan koeajo; TM 20/1969, s. 50–61. Naisten autotesti; TM 13/1970, s. 56–75. Vertailu.

⁴¹⁴ TM 8/1975, s. 113–115 Käyttöttestissä Lada, Toyota ja Volkswagen; TL 1/1977, s. 24–25. ”Auton heikot kohdat 1976”; TL 1/1975, s. 54–69. Kestotesti.

⁴¹⁵ TM 16/1970, s. 60–61. Esittely.

tusmukavuutena. Edellisestä mallista tuttu moottori oli yhä pirteä ja vaihteisto helppokäyttöinen, mutta jarrut saivat edelleen moitteita kovasta poljinvoimasta johtuen, vaikka jarrutehostin oli lisätty auton varusteluun. Auton suurimpia heikkouksia olivat edeltäjiensä tapaan kurjat muovipäällysteiset istuimet ja veltot lattiamatot.⁴¹⁷ Auton vahvoja puolia olivat tasainen kokonaisuus, erinomaiset hallintalaitteet ja kokonaistaloudellisuus. Myös ajettavuus oli hiukan parantunut muun muassa paremman rengastuksen avulla.⁴¹⁸ Aiempien Corolla-mallien menestykseen tämä kolmas malli ei yltänyt, vaikka olikin edeltäjänsä edistyneempi monella tavoin. Tämä Corolla-malli ei myöskään kestänyt ruostetta vastaan yhtä hyvin kuin edeltäjänsä, vaikka muutoin malli todettiin vähävikaiseksi.⁴¹⁹ Vuonna 1978 autoa uudistettiin hiukan ja perusmoottorin koko kasvoi hiukan. Tämän mallin Corollan sai myös poikkeuksellisen monella eri korivaihtoehdolla, sillä perinteisten sedan-, farmari- ja coupe-mallien rinnalle tuli tarjolle myös monikäyttöinen viistopeäinen liftback-malli.

Viimeinen takavetoinen Corolla oli hammastanko-ohjauksen ansiosta ajettavuudeltaan selvästi edeltäjiään parempi. Tämä edeltäjiään suurempi ja tyylikkäämpi KE70-malli esiteltiin Suomessa vuonna 1980. Selkeälinjainen kori oli nyt aiempaa painavampi ja parantunut varustelu lisäsi painoa siten, että 65 hevosvoimainen 1,3-litrainen moottori oli laiskanpuoleinen mallin kasvaneisiin mittoihin. Silti kestopesteissä auton painavampaa koria moitittiin hentorakenteiseksi, vaikkakin siististi tehdyksi. Mielenkiintoista oli, että samassa testissä auton turvallisuutta keuhuttiin. Auton vahvuuksia käyttövarmuuden, luotettavuuden, hyvän vaihteiston, näppärän ajettavuuden lisäksi oli tasainen kokonaisuus. Viimeinen takavetoinen malli oli selvästi edeltäjiään edistyneempi ja palautti Corollan suosiota, vaikka olikin yhä takavetoinen monien kilpailijoiden siirtyessä etuvetoon samoihin aikoihin. Takavetoisuudesta johtuen autosta tuli sangen suosittu nuorten keskuudessa jo 1980-luvun lopulla. Perinteinen takavetorakenne näkyi myös hiukan ahtaina tiloina, mutta toisaalta auto oli muuten laadukas ja varsin hiljainen melutasoltaan. Lisäksi auto oli – toisin kuin pari edeltänyttä mallia – lämmin Suomen talvessa.⁴²⁰

⁴¹⁶ Ajovalo.net (www), luettu 30.3.2006.

⁴¹⁷ TM 17/1984, s. 74. ”Kehityksen kaari”.

⁴¹⁸ TM 12/1975, s. 34–39. Koeajo; TL 11/1977, s. 73. Vertailu; TL 3/1975, s. 94–95. Esittely; TL 1/1976, s. 14–22. Vertailu.

⁴¹⁹ TL 12/1977, s. 30. ”Auton heikot kohdat 1977”.

⁴²⁰ TL 2/1981, s. 48–57. Corollan kestopesti; TM 15/1981, s. 68–77. Corollan käyttötesti; TM 17/1984, s. 77. ”Kehityksen kaari”; Ajovalo.net (www), luettu 30.3.2006.

Ensimmäinen etuvetoinen konstailemattomasti muotoiltu Corolla tuli markkinoille vuonna 1983 ja siitä muodostui todellinen suosikki tasapainoisten ominaisuuksiensa ja laajan malliston avulla. Yhteistä aiempiin takavetoisiin malleihin ei ollut juuri muuta kuin tutuksi tullut mallinimi. Tämän Corollan hyviä puolia oli myös se, että siinä ei ilmennyt kovinkaan merkittäviä vikoja käytettynä ja lisäksi sen moottorit olivat tehokkaita sekä taloudellisia. Tiloiltaan tämäkään Corolla-malli ei ollut aivan luokkansa kärkeä, mutta selvästi edeltäjiään suurempi. Niinpä auton takapenkkiä verrattiin Tuulilasin koeajossa jopa taksikäyttöön sopivaksi. Jousitus oli tukevoitunut ja auton tekniikka vakuutti toimittajat. Ainoastaan kasvaneen ajomelun ja niukan varustelun vuoksi auto sai kritiikkiä osakseen.⁴²¹ Uuden etuvetoisen Corollan tasapainoiset ominaisuudet auttoivat mallin muun muassa Tuulilasin vertailun voittoon.⁴²² Auton ajettavuus sai kehuja ja vuodesta 1985 lähtien 1,3-litrainen moottori uudistettiin 12-venttiiliseksi 75 hevosvoimaiseksi, mikä teki autosta paitsi ripeän myös erittäin taloudellisen. Taloudellisuudesta osoituksena Tekniikan Maailman taloudellisuusvertailussa⁴²³ Corolla pärjäsikin bensiiniautoista parhaiten. Tämän AE80-mallisarjan avulla Corolla nousi myyntitilastojen kärkeen vuonna 1985 ja kärkipaikasta mallisarja ei luopunut enää koko tutkimusajanjaksolla. Ensimmäisen etuvetoisen Corolla-mallin seuraaja ja kaikkiaan kuudennen Corolla-mallisukupolven edustaja EE90 esiteltiin vuonna 1987. Myös se jatkoi luotettavan ja laadukkaan perusauton mainetta. Testeissä auto todettiin usein luotettavaksi, tyydyttäväksi ajaa ja mallin moottorien ominaisuudet saivat kiitosta. Edeltäjiensä verrattuna auto oli tukevoitunut ja paino kasvanut. Myös auton varustelu oli parantunut. Ohjauksen osalta malli otti askeleen taaksepäin, mikä aiheutti moitteita vertailuissa. Huonoina puolina olivat auton niukat sisätilat kilpailijoihin verrattuna sekä huonohko hidastuvuus helpokäyttöisistä jarruista huolimatta.⁴²⁴ Niinpä autotoimittajat jopa epäilivät, että edeltänyt korimalli olisi yltänyt parempaan sijoitukseen vuoden 1989 vertailussa, jossa Corolla sijoittui kuudenneksi yhdeksän perheauton joukossa. Pienistä puutteista huolimatta ja uusien moniventtiilimoottorien sekä laajan malliston ansioista monet löysivät hyväksi havaitun mallinimen takaa

⁴²¹ TL 9/1983, s. 14–17; TL 1/1987, s. 56; TL 3/1992, s. 30–33. Corollan koeajoja, raportteja ja testejä.

⁴²² TL 7/1985, s. 60. Vertailussa.

⁴²³ TM 11/1986, s. 27. ”Kuinka pitkälle ja mihin hintaan?”.

⁴²⁴ TM 9/1989, s. 48–53. ”Sama auto – neljä korimallia”.

itselleen sopivan auton. Tästä osoituksena Corollan kuudes mallisukupolvi hallitsi yli-voimaisesti myyntitilastojen kärkipaikkaa 1980-luvun lopussa.⁴²⁵

Toyota Corollan suureen suosioon ovat vaikuttaneet usein kilpailukykyinen hinta ja auton kokonaistaloudellisuus. Myös jälleenmyyntiarvo on säilynyt korkealla kaikilla mallisukupolvilla, mikä osaltaan kertoo automallin saamasta luottamuksesta Suomessa.⁴²⁶ Vuoden 1986 tutkimuksen mukaan Toyotan ja Corolla-mallin saavuttaman suosion taustalla on valtaosin auton sama hyvä maine ja tunnettavuus, taloudellisuuden ja luotettavuuden ohella. Ruostesuojauksen taso oli Corollan omistajien mukaan vähiten arvostettu ominaisuus autossa, mikä selittyi sillä, että Corollan suojauksen taso ei edustanut kuin korkeintaan keskitasoa. Myös auton merkkiuskollisuus oli korkealla tasolla, eivätkä toiset automerkit juuri Toyotan omistajia houkuttelleet.⁴²⁷ Auton hyvä maine johtui pitkälti sen kestävyydestä ja korkeasta laadusta sekä hyvistä käyttöominaisuuksista. Nämä Corollan vahvuudet ovat yleensä aina paljastuneet vasta vuosien päästä, mikä on näkynyt myös katsastuskonttorien miesten positiivisista kommentteista.⁴²⁸ Täydellinen auto Corollakaan ei tietysti ole ollut, sillä usein autotesteissä Corollan eri mallisukupolvia moitittiin muun muassa puutteista mukavuuden, ohjauksen tai tilojen osalta. Mallisukupolvien väliset erot ovat kuitenkin olleet suuria, mikä on näkynyt autotestimenestyksien suurena vaihteluna.

Toyota Corollan omistajat olivat usein ammattityöväkeä ja toimihenkilöitä. Toyota Corollan ”kansanomaisuutta” kuvaa hyvin seuraava: ”*Kummallista ei hänestä myöskään ole kuunnella Katri Helenaa ja Arja Korisevaa, lotota ja saunoa lauuantaina, matkustaa Välimeren rannoille kesälomallaan, hullutella Kanarialla talvisin, syödä grillimakkaraa, käydä tangomarkkinoilla, käydä marketissa ostoksilla... lukea dekkareita, katsoa ja uskoa Hannu Karpoa, tilata Apua, ajaa Corollalla.*”⁴²⁹ Uusi Toyota Corolla saattoi hyvin päätyä eläkeläisen autoksi ja samaa autoa kymmenen vuoden kuluttua saattoi kuljettaa juuri kortin saanut teinipoika. Aivan samanlainen Toyota Corolla voi löytyä yhtä hyvin yrittäjän, insinöörin tai työmiehenkin parkkipaikalta – tässä oli siis sitä samaa kansanauto ainesta kuin Kuplassa 1960-luvulla. Joitain erityishuomioita eri mallien käyttäjistä voi kuitenkin tehdä, vaikka Corollat saivat yleensä kannatusta kaikista ikäryhmistä, niin silti esimerkiksi takavetoiset mallit saivat poikkeuksellisen paljon kannatusta nuorilta ja etu-

⁴²⁵ Ajovalo.net (www), luettu 30.3.2006; TL 7/1988, s. 28–37. Corollan kestotesti; TM 4/1989, s. 55. 9 auton vertailu.

⁴²⁶ TL 6/1980, s. 32. ”Toyota Corolla ja Volvo 242/244 –hintansapitävät”.

⁴²⁷ TL 8/1986, s. 32–36. Tutkimusraportti.

⁴²⁸ TM 8/1989, s. 101. Raportti.

vetoiset mallit keski-ikäisiltä. Toyota Corollat olivat myös pääsääntöisesti miesten käytössä olevia autoja, mutta naisten osuus oli silti myös merkittävä. Corollan asema suomalaisena suosikkiautona kuvastaa hyvin seuraava toimittajan kommentti: ”...*mikä on tehty, on tehty siististi ja keskivertomakua miellyttäen*”⁴³⁰.⁴³¹

5.9 Volkswagen - Paras ajaa varmasti⁴³²

”*Olematta mikään automies opin arvostamaan Kuplan yksinkertaisia toimintaperiaatteita ja paikka paikan päälle korjausta. Tulin osaksi maailmaa, jossa iloiset ja tyytyväiset ihmiset ajelevat kaikenvärisillä Kuplavoikkareilla eri suuntiin ja heilauttavan kättä tava-
tessaan*”.⁴³³ Jos joku auto erityisesti symboloi Suomen työväen ja keskiluokan autoistumista niin se on Kupla-VW ja sen kantamalli Volkswagen 1200. Hyvin moni nuoruutensa tai lapsuutensa 1960-, 1970- tai 1980-luvulla elänyt on ollut jonkinlaisissa tekemisissä Kuplan kanssa. Jos ei ole itse autoa ajanut tai omistanut, niin on kenties ollut kyydissä. Moni oli nähnyt Riemukupla-elokuvan tai ainakin lähes kaikki osasivat Kuplan kadulta tunnistaa. Joillekin Kupla oli enemmän kuin auto – se saattoi olla jopa kaveri tai perheenjäsen. Kuplaan on suomalaisten suosikkiautoista eniten kiinnytty tai vaihtoehtoisesti sitä on suorastaan vihattu. Tekniikan Maailmassa autoa verrattiin suosion perusteella jopa uskonnoksi, sillä Kuplasta tehdyt artikkelit herättivät lukijoissa aina suurta mielenkiintoa ja keskustelua.⁴³⁴ Kriittisiin arvioihin ei Volkswagenin maahantuojakaan suhtautunut aina myötämielisesti ja niinpä Tekniikan Maailma joutui koeajamaan Kuplan sisarmallin Saksassa.⁴³⁵

”*Kuplan olisi pitänyt jäädä vanhanaikaiseksi jo 50-luvun alussa ja viimeistään sen olisi luullut joutuvan museoon 70-luvulla, kun valmistus päättyi auton kotimaassa. Mutta kuten monet Volkswagenin omistavat tai omistaneet tietävät, on kyse muusta kuin pelkästä autosta.*”⁴³⁶ Kupla tuli Suomeen vuonna 1950 ja se oli myynnissä vuoteen 1978 saak-

⁴²⁹ Laakso 1994, s. 39.

⁴³⁰ TM 5/1975, s. 65. Esittely.

⁴³¹ Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61.

⁴³² VW:n mainoslause.

⁴³³ Markkanen 2003, s. 6.

⁴³⁴ TM 2/1964, s. 30.

⁴³⁵ TM 11B/1988, s. 51. ”Teillä ei ole oikeutta arvostella meidän edustamaamme autoa”.

⁴³⁶ Markkanen 2003, s. 20.

ka. Tänä aikana Kuplaa myytiin Suomessa peräti 127 074 kappaletta.⁴³⁷ Syyttä Kupla ei siis ollut todellinen, ensimmäinen eurooppalainen kansanauto, sillä sellaiseksihan se oli suunniteltu.

Kuplan suunnitteli Itävaltalais-unkarilainen Ferdinand Porsche, mutta rahoitus auton rakentamiseen järjestyi vasta kun Adolf Hitler pääsi valtaan Saksassa.⁴³⁸ Erikoisesti muotoiltu Kupla ei ollut mikään tuulen halkoja, sillä ilmanvastuskerroin oli peräti 0,50,⁴³⁹ mutta aikalaisekseen tuo arvo oli aivan hyvä. Auton ensiesittely oli Berliinissä vuonna 1939 ja erityisesti Iso-Britannian autoimittajat ihastuivat moderniin tuotteeseen. Toisen maailmansodan alkaminen oli pysäyttää Kuplan tarinan, mutta sodan jälkeen brittimajuri Ivan Hirst käynnisti Volkswagen tehtaan uudestaan ja siitä alkoikin omalta osaltaan länsisaksan suotuinen talouskehitys. Iso-Britannia yritti myydä 1940-luvun lopussa tehdasta muille liittoutuneille, sillä he eivät itse tarvinneet Volkswagenia oman autoteollisuutensa vuoksi. Lisäksi he olivat omissa tutkimuksissaan todenneet Kuplan olevan ruma, hidas, meluisa, eikä sillä olisi kaupallista menestystä tiedossa. Ostajaa tehtaalle ei löytynyt, joten Volkswagenista muodostettiin saksalainen yhtiö, joka luovutettiin 1948 Ala-Saksin osavaltiolle. Kuplan 1940-luvun lopulla alkaneesta menestyksestä kertoo, että niitä valmistettiin kaikkiaan noin 22 miljoonaa ennen kuin mallin valmistus päättyi 2000-luvun alussa. Iso-Britannian autoteollisuus ei kyennyt samanlaisiin saavutuksiin. Kuplaa enemmän maailmassa on valmistettu ainoastaan Toyota Corollan eri malliversioita.⁴⁴⁰

”Maantieluteeksikin” nimetty Kupla tuli myös Suomessa hyvin tutuksi jo ennen 1960-lukua. Sen tunnisti jo kaukaa ilmajähdytteisen bokserimoottorin käyntiäänestä ja siitä tuli ennen tuontisäännöstelyn purkua Suomen jonotetuin auto. Nuo jonot saattoivat kestää vuosia ja jonotuksen aikana saatettiin kerätä etumaksuja asiakkailta. Auton jollain keinolla saaneet saattoivat myydä sen voitolla eteenpäin ennen säännöstelyn purkua, sillä kysyntä ylitti tarjonnan. Auton saaminen jonon kautta oli vaikeaa ja hitaasti etenevät jonot aiheuttivat paljon puheenaihetta kansan keskuudessa. Etenkin maaseudulla Volkswagenin saantia monet odottivat kärsimättöminä. Kuplia kuitenkin ilmaantui teille yhä enemmän jo 1950-luvulla, sillä niitä oli laillista tuoda maahantuojaan ohitse myös niin sanottuina merimiesautoina. Kyse siis oli ulkomailla työskennelleiden palkkarahoilla tuoduista au-

⁴³⁷ Laakso 1999, s. 125; Silvasti 2001, s. 180.

⁴³⁸ Tohtori Porsche sai Saksan valtiolta toimeksiannon auton suunnitteluun vuonna 1934 tiukoin vaatimuksin ja ehdoin. Auton tuli olla virtaviivainen, ilmajähdytteinen, kuluttaa vain 7l/100km, kulkea yli 100km/h nopeutta ja maksaa alle 1000 sikkäläistä Saksan markkaa.

⁴³⁹ Laakso 1999, s. 121.

toista ja niitä tuotiin ajoittain enempi kuin virallisen maahantuojan kautta. Merimiestuonti huomattiin hyvin kannattavaksi, sillä autoilla pystyi tekemään Suomessa voittoa, niinpä Merimiesunioni alkoi organisoidusti järjestää autotuontia ja teki siten ”VW-pörssinsä” kautta autotuonnin merimiehille varsin helpoksi. VW- maahantuoja ei ollut pahoillaan Kuplien suosioista merimiesten keskuudessa, sillä Kuplien määrä Suomessa kasvatti luonnollisesti osienkin kysyntää. 1950-luvun lopussa suurta kohua herättänyttä ”laillista salakuljetusta” kuitenkin rajoitettiin mutta Kuplan suurta suosiota se ei enää himmentänyt.⁴⁴¹

Volkswagenin suurta suosiota selitti pitkälti vahva perusrakenne, kestävä moottori, hyvä työnlaatu, ajamisen vaivattomuus aikalaisekseen, edullinen, mutta hiukan hankalahoito huollettavuus ja hyvä etenemiskyky takamoottorisuuden ansioista. Tästä syystä johtuen auto saikin huonoilla teillä ajavien suosion. Kokonaislaadukkuus, edullisuus ja tasaisuus tekivät Kuplasta erinomaisen perheauton autoistuvalla kansalle.⁴⁴² Auton etuihin kuului myös hyvä pakkaskäynnistyvyys, josta osoituksena malli voitti Tekniikan Maailman yhdeksän automallin käynnistysvertailun.⁴⁴³ Kaikessa Kupla ei kuitenkaan ollut erinomainen auto, vaikka sitä lähes vuosittain paranneltiin. Parannukset pidensivät kuitenkin Kuplan menestystä markkinoilla merkittävästi. Lukuisista parannuksista mainittakoon mm. suuremmat ikkunat, tehokkaampi moottori, suuremmat puskurit ja tehokkaampi lämmityslaite. Kupla oli tehdyistä parannuksistaan huolimatta auttamattomasti kylmä, sivutuulelle herkkä ja janoinen auto Suomen ankarissa olosuhteissa. Se kävi hitaaksi, kömpelöksi ja ahtaaksi uusien kilpailijoiden rinnalla. Esimerkiksi vuonna 1970 toteutetussa 11 auton vertailutestissä Kupla hävisi pahimmille kilpailijoilleen kuten Datsunille, Fordille, Fiatille, Opelille ja Toyotalle jääden testissä toiseksi viimeiseksi. Myös tavaratilojen puute ja istuimet olivat usein moitteena. Laatu sen sijaan sai vuodesta toiseen kiitosta. Mallin varsinainen selvästi heikoin kohta oli hankalahoitoisista astinlaudoista johtuva kynnyskoteloiden ruostuminen, joka tosin ilmeni vasta vuosien kuluttua.⁴⁴⁴

1960-luvun lopulla markkinoille tuli myös paljon muita kiinnostavia automalleja, jotka olivat monessa suhteessa Kuplaa etevämpiä, ja niinpä 1970-luvulla Kuplan suosio

⁴⁴⁰ Markkanen 2003, s. 20–29.

⁴⁴¹ Ojanen 1998a, s. 10, 32–35.

⁴⁴² TM 7/1966, s. 38–43. Kuplan koeajo.

⁴⁴³ TM 4/1962, s. 43.

⁴⁴⁴ TM 3/1967, s. 36–39. VW 1500 koeajo; TL 6/1981, s. 54–58. ”Kupla käytetyistä käytetyin”; TM 19/1967, s. 30. ”5 kansanautoa”; TM 13/1970, s. 56–75. 11 auton vertailu; TL 9/1978, s. 22–25. Vuoden 1963 koeajoraportti.

lähti voimakkaaseen laskuun myös Suomessa. Kuplan viimeinen menestys myynnissä huipentui vuonna 1973 myyntitilaston toiseen sijaan, jonka jälkeen auto otettiin Ladan ja Corollan rinnalle käyttötestiin. Auto osoittautui edelleenkin laadukkaaksi ja sijoittuikin Ladan edelle lopputuloksissa. Kuplan kori oli kestänyt testimatkan jopa kaikkein parhaiten, mutta moottorin kuluminen ja suuri kulutus jätti mallin Corollan taakse.⁴⁴⁵ Kuplan rinnalle esiteltiin vuosien saatossa muodikkaammankin näköisiä malleja kuten 1500S, mutta se pohjautui teknisesti vanhaan Kuplaan ja ei kalliin hintansa vuoksi saavuttanut Kuplan veroista suosiota. Kuplan kehittymättömyys ja laskeva myynti oli viedä Volkswagenin perikatoon 1970-luvulla, mutta pelastajaksi nousi Kuplan korvaajaksi suunniteltu etuvetoinen monikäyttökörinen Golf vuonna 1974, josta tosin puuttui vanha Kupla-henki ja laatu ei alkuun vastannut edeltäjänsä varmuutta.⁴⁴⁶

Tyypillisiä Kuplalla ajavia ammattiryhmiä 1960- ja 1970-luvuilla edustivat metsäyhtiöiden miehet, poliisit, lääkärit ja keinosiementäjät. Toki osa näistä ammattiryhmistä suosi myös Fiatin takamoottorisia automalleja. Keinosiementäjien osalta mielenkiintoista oli, että melkoinen osa alalla työskennelleistä oli naisia. Niinpä Kupla toi myös naiset autojen ja aiemmin selvästi miehisen autoliikenteen pariin. Takamoottorisuus oli etu huonoilla teillä, sillä moottorin paino oli vetävillä pyörillä. Lisäksi Kuplan etuna olivat myös suuri-kokoiset pyörät, jotka eivät kaivautuneet kovinkaan helposti maahan. Ennen tuonnin vapautumista keinosiementäjien ja metsätyömiesten ammattiryhmille myönnettiin erityisiä tuontilisenssejä autonhankintaa varten, mikä myös edesauttoi Kuplan suosiota maaseudulla.⁴⁴⁷ Myöhemmin Kuplasta tuli suosittu ensiauto nuorelle tai harrasteajokki vanhemmalle. Kupla oli suosittu ajokki kaikissa ikäryhmissä ja se oli lähes yhtä usein naisten kuin miestenkin käytössä.⁴⁴⁸ Osaltaan Kuplan hankkimista on saattanut edesauttaa auton maineen ohella länsimaalaisuus ja toisaalta se, että Kuplan korjaamisen taitavia henkilöitä löytyi varmasti pienemmiltäkin kyliltä, jos ei itse taitanut tekniikan päälle. Kuplan hyvä maine näkyi myös erinomaisena arvonsäilymisenä ja merkin yleisenä arvostuksena Kupla-ajan jälkeenkin.

⁴⁴⁵ Markkanen 2003, s. 23–35; TM 8/1975, s. 113–115 Käyttötestissä Lada, Toyota ja Volkswagen.

⁴⁴⁶ Sedgwick 1991, s. 37. Ajovalo.net (www). Luettu 29.3.2006.

⁴⁴⁷ Silvasti 2001, s. 180–181; TM 13/1988, s. 45. Kuplan koeajo.

⁴⁴⁸ Pirtala & Ernvall 1992, s. 54–61.

6. PÄÄTÄNTÖ

Autoistuminen tapahtui Suomessa varsin myöhään ja nopeasti. Suurimpina syinä myöhäiseen ajankohtaan olivat Suomen maantieteellisesti syrjäinen sijainti ja huonokuntoinen tiestö sekä 1960-luvun alkuun saakka voimassa ollut henkilöautojen tuontisäännöstely, jonka turvin säänneltiin tärkeitä valuuttavirtoja. Ennen 1960-lukua autojen tarve ja kysyntä olivat kuitenkin patoutuneet, sillä sodan runtelema autokalusto alkoi kulua loppuun korjauksista huolimatta. Niinpä säännöstelystä luopuminen sekä tuontia hillitsemään luodun autoveron asettaminen olivat osa luonnollista tapahtumaketjua, joka tuolloin oli käynnissä Suomen havitellessa mukaan länsimaiseen vapaakauppajärjestelmään. Samoihin aikoihin yhteiskunnan rakenne oli muuttumassa agraarista kohti palveluyhteiskuntaa ja uudet länsimaista vapautta ja tasa-arvoa ihailevat aatteet saamassa kannatuspohjaa. Autosta tuli varsin nopeasti saavutettavissa oleva unelma. Aiemmin se oli ollut lähinnä ylellisyysväline, johon vain harvoilla oli ollut varaa, mutta nyt se mahdollisti vapaan liikkumisen yhä useammille. Tässä mielessä auto demokratisoi liikkumista, mutta toisaalta se alkoi eriarvoistaa auton omistavia ja omistamattomia toisistaan. Auton yleistymisen paitsi edesauttoi suurta rakennemuutosta ja maaltamuuttoa, niin se myös vaikutti samaan aikaan tapahtuvaan rakentamiseen. Uusien teiden, kaupunkien lähiöiden ja automarkettien syntyminen olivat mahdollisia kasvaneen autoilun ja autokannan myötä, mutta toisaalta ne myös ruokkivat entisestään autoilun tarvetta ja kasvua. Auton käyttöön totuttiin keskiluokkaistuvassa yhteiskunnassa varsin nopeasti ja auto muuttui osaksi tavallisten suomalaisten arkea. Autoistumisen nopeudesta kertoo jotain, että vuosien 1960 ja 1990 välillä Suomen autokanta kymmenkertaistui. Ajanjakson lopulla autoja oli jo yli 1,9 miljoonaa ja tuhatta suomalaista kohti autoja oli noin 390, kun vuonna 1960 vastaava luku oli ollut vain hiukan yli 40.

Autokanta kasvoi 1960-luvun alun jälkeen aina 1980-luvun loppuun saakka melko tasaisesti. Sen sijaan vuosittaiset myyntimäärät vaihtelivat paljonkin suhdanteista, eriasteisista säännöstelytoimenpiteistä ja muista talouteen vaikuttaneista tekijöistä johtuen. Ensimmäinen taantuma ajoittui vuosille 1965–1967 ja vastaavan takaiskun autokauppa koki muun muassa vuonna 1978. Toisaalta vuoden 1973 öljykriisi ei aiheuttanut kovin suurta takaiskua autokaupalle, vaan kyse oli pikemminkin varoituksesta valtion suu- relle öljyriippuvaisuudelle. Samalla se karsi yhteiskunnassa vallinneen yltiöoptimismin ja muistutti joukkoliikenteen kehittämistarpeista moottoritiehankkeiden sijaan. Taloudellisia taantumia suuremmaksi haasteeksi osoittautui - etenkin 1960- ja 1970-luvuilla - autokau-

pan ja lainsäädännön välisen keskusteluyhteyden heikkous. Automyynnin epätasaisuus heijastui myös autokauppaan ja sen haluun organisoitua yhä tehokkaammin. Toisaalta organisoitumishaluja edesauttoivat myös 1960-luvun autovastainen toiminta sekä 1970-luvun öljykriisiä seurannut turvallisuuskeskustelu. Se olikin yksi merkittävimpiä autojen ympärillä käytyjä keskusteluja, sillä juuri 1970-luvun alun suuriksi kohonneet liikenneonnettomuusluvut herättivät kysymyksiä nopeusrajoitusten ja turvavöiden tarpeellisuudesta. Automyynnin huippuvuodet ajoittuivat 1980-luvun lopun vuosiin, jolloin myös yleinen elintason nousu ja rahamarkkinoiden vapauttaminen kilpailulle helpottivat suomalaisten autonhankintamahdollisuuksia. Näinä vuosina kasvoi etenkin nuorten ja naisten autoilu.

Ajanjakson lopun suurista vuosittaisista automyynneistä huolimatta auto oli suomalaisille kallis investointi koko tutkimusaikavälillä. Tästä johtuen suomalaisen omistama auto on yleensä ollut varsin pieni, vaikka suurten etäisyyksien maassa isoimmilla autoilla olisi ollut miellyttävämpi ajaa. Auton käytön kalleudesta ja maantieteellisistä olosuhteista johtuen suomalaiset ovat kuitenkin olleet varsin tarkkoja omistamistaan autoista, mikä on vaikuttanut myös tiettyjen automerkkien saamaan suosioon ja erilaisten mielikuvien syntymiseen. Autoa suomalaiset eivät siten ole hankkineet ainoastaan käyttöesineeksi tai kertakulutushyödykkeeksi, vaan auto tai sen edustama mielikuva on ollut pikemminkin osa itseilmaisua ja statusta. Auton arvostuksen taustalla oli kalleuden lisäksi myös myöhäinen autoistuminen ja auton mieltäminen ylellisyysvälineeksi. Auton tärkeästä merkityksestä hyvänä esimerkkinä on lausahdus, jonka on voinut kuulla tuttavalta autonhankinnan jälkeen: ”Onnea uudelle autolle”. Käytön kalleudesta johtuen autoveroa on usein pyritty ja ajoittain onnistuttukin kiertämään. Esimerkiksi piilofarmarit ja suksiboksiautot syntyivät verosäännöksiin jääneistä epätäsmällisyyksistä. Lainsäädäntö on kuitenkin melko nopeasti puuttanut näihin edullisempiin autonhankintakeinoihin tiukentamalla ja täsmentämällä säännöksiä.

Oman erikoislaatuisuutensa autokantaan ovat tuoneet lukuisat bilateraaliset kaupankäynnin myötä Suomeen maahantuodut itäautot – joiden ”kulta-aika” tosin ajoittui jo 1950-luvulle - sekä japanilaisten automerkkien poikkeuksellisen suuri suosio. Itäautojen suosio ei tosin kasvanut länsimerkkien tapaan tuonnin vapauduttua, mutta säilyi silti. Itäautojen suosiota edesauttoivat paitsi edulliset hinnat niin myös länsiautoja paremmat osamaksuehdot. Osamaksu olikin yksi merkittävimpiä keinoja päästä uuden auton omistajiksi, sillä harvalla oli varaa ostaa autonsa käteisellä. Autokantaa voisikin luonnehtia siten, että 1960-luku oli länsisaksalaisten ja englantilaisten autojen aikaa. 1970-luvulla länsisaksalaisten ohella suosittiin japanilaisia ja italialaisia autoja, mutta myös neuvosto-

liittolaisia Ladoja ja kotimaisia Saabeja. Kotimaisella autotuotannolla ei tosin ole ollut kovinkaan suurta vaikutusta autokantaan Saabin halvimpia malleja lukuun ottamatta. 1980-luku oli selvästi japanilaisten autojen aikakautta, mutta suosiota saivat myös Lada sekä muutamat länsisaksalaiset automerkit.

Eri automerkkien suosioon ja mielikuviin on vaikutettu myös automainonnalla. Mainonta ei kuitenkaan ole ollut koko ajan samanlaista, vaan se voidaan jakaa tyyliinsä perusteella aikakausiin. Autotuonnin vapautumisen jälkeen siinä suosittiin rallimenestyksellä, urheilullisuudella ja ”ärhäkkyydellä” tapahtuvaa markkinointia. Auto nähtiin vapaan liikumisen unelmana, joka oli saavutettavissa ja saatavilla. Öljykriisin myötä automainonta muuttui käytännöllisyyttä ja taloudellisuutta korostavaksi. Pieni polttoaineenkulutus, kestävyys, suuret tilat, edullinen hinta ja hyvä ruostesuojaus olivat tyypillisiä teemoja aina 1980-luvun puoleen väliin saakka. Taloudellisesti hyvät ajat 1980-luvun viimeisinä vuosina vaihtoivat teemat käytännöllisyydestä ja kestävyydestä tehokkuuteen. Auton nopea kiihtyvyys, sporttisuus, trendikkyys sekä sopivuus autoedun verotusluokkiin sopivat aikakauden kuluttamista ihaileviin arvoihin.

Autokannan ja myyntitilastojen perusteella suomalaiset ovat suosineet muutamia automerkkejä ja malleja vuodesta toiseen. Datsunin – ja myöhemmin Nissanin – 100A- ja Cherry-mallien menestys Suomen automarkkinoilla perustui osittain autojen tarkkaan viimeistelyyn sekä kestävyyttä korostaneeseen aktiiviseen mainontaan ja mainostempauksiin. Myös autojen taloudellisuus ja varustelu olivat perinteisesti hyvällä tasolla. Datsunien suosiota edisti varmasti myös länsiautoksi edullinen hinta. Myös Fiatien pienet mallit 1960- ja 1970-luvuilla pääsivät suomalaisten suosioon paljolti edullisen hintansa, mutta myös tasapainoisten ominaisuuksiensa ansiosta. Fordeista suomalaisia miellyttivät eniten 1960-luvun ja 1970-luvun alun englantilaiset Angliat ja Cortinat, jotka tarjosivat varmaa länsimaista autotekniikkaa kohtuulliseen hintaan. Etenkin Cortinaa suosittiin sen suurien tilojen ja tasapainoisten ominaisuuksien vuoksi. Ladan suosion taustalla oli ehkä edellisiä automalleja enemmän edullinen hinta. Ladan suosioon vaikuttivat myös kohtuulliset tilat ja helposti huollettava tekniikka. Ladaa suosivat myös suomalainen verotuskaava sekä länsiautoja paremmat osamaksuehdot. Opel Kadett ei puolestaan ollut kilpailijoihin nähden edullinen kuin vasta 1980-luvun lopussa. Auto ei yltänytkään ajan jaksolla aivan myyntitilastojen kärkeen mutta oli silti suosittu aina 1960-luvulta saakka tasaisten ominaisuuksiensa ja hyvän maineensa ansiosta. Myöskään Saab 96 ei ollut kovin edullinen hankkia, mutta sai kuitenkin 1970-luvun lopulla suuren suosion Suomessa. Auton parhaita puolia olivat kestävyys ja yleinen tukevuus, mutta muutoin ominaisuudet eivät olleet kovinkaan erikoiset. Suosiota selittikin parhaiten auton kotimaisuus, sillä

Saabia alettiin koota Uudenkaupungin autotehtaalla vuonna 1969. Suuremmat Saab-mallit olivat myös suosittuja ja haluttuja autoja, mutta eivät korkean hintansa vuoksi yltäneet tiukimpaan myyntikärkeen. Suomen selvästi suosituimmaksi automalliksi ajanjakson lopulla nousi Toyota Corolla, joka koki ajanjaksolla useita uudistuksia. Corollan suurimmat suosion syyt liittyivät auton korkeaan laatuun, merkin arvostukseen, tekniseen kestävyYTEEN ja kokonaistaloudellisuuteen. Hinnoittelultaan Corolla oli kilpailukykyinen mutta ei kuitenkaan erityisen halpa. Suomen autoistumisen alkuvaiheen kannalta merkittävin automalli oli Volkswagen Kupla. Auto oli 1960-luvun myynneissä selvä kärki-merkki ja sen suosiota kuvasi hyvin autotuonnin vapauttamista edeltänyt jonottaminen ja merimiesautojen tuonti. Kupla oli ominaisuuksiltaan tasapainoinen ja kestävä perusauto, joka sopi huonokuntoisillekin teille. Se oli edullinen ylläpitää ja sitä arvostettiin myös käytettynä. Hankintahinnaltaan se ei ollut kovinkaan halpa, mutta yksi huokeimpia länsi-autoja kuitenkin, mikä teki siitä suomalaisten suosikin.

Autoistumisen mahdollistuminen valtaväestölle vaikutti koko yhteiskuntaan. Se loi alkuun yltiöoptimistista uskoa vapauteen, demokratiaan, tekniikkaan ja tulevaisuuteen. Samalla se vaikutti infrastruktuuriin ja yhteiskuntasuunnitteluun. Melko pian auto arkistui ja sulautui jokapäiväisiin rutiineihin - siitä tuli välttämättömyys, jopa niille joilla sitä ei ollut. Auton nopeasti mukanaan tuomat vakavat ongelmat, kuten saasteet ja turvallisuus mursivat osittain auton ympärille syntyneen sädekehän ja teki siitä ajoittain poliittisen lyömäaseen ja kiistakapulan. Autojen ja autoistumisen tuomiin haittapuoliin kuitenkin reagoitiin lainsäädännöllisin keinoin ja rajoittein melko usein, mikä ei kuitenkaan estänyt auton merkityksen kasvua ajanjaksolla. Autosta tuli tärkeä väline niin työmatkoille kuin vapaa-aikaankin ja sen kalleuden vuoksi se sai suomalaisessa arjessa merkittävän roolin ja sään veroisen puheenaiheen ongelmiseen, kustannuksineen ja kiiltävine peltikuorineen. Autosta tuli muutamassa kymmenessä vuodessa keskiluokkaistuneen kansan kulkupeli, josta aiemmin ei voitu kuin haaveilla.

LÄHTEET

I PÄÄLÄHTEET

Lehdet

Tekniikan Maailma 1962–1992

Tuulilasi 1975–1992, 1994, 1998

Tilastot

Ansiotasoindeksi 1990, 4.neljännes. Tilastokeskus.

Suomen liikennetilastollinen vuosikirja XXXVI (SVT) 1961–1987

Suomen liikennetilastollinen vuosikirja. Tilastokeskus. Liikenne 1988–1990.

Tulo- ja omaisuusverotilastoa IV B (SVT) 27, 37, 46.

Tulot ja kulutus 1988:8. Kotitaloustiedustelu 1985. Kotitalouksien liikennemenot. Tilastokeskus.

Tulot ja kulutus 1989:3. Kotitalouksien velkaantuminen ja varallisuus 1987. Tilastokeskus.

Virallisjulkaisut

Asetuskokoelma 1961

Asetuskokoelma 1962

II KIRJALLISUUS

Auto, sinä ja yhteiskunta. Katsaus auton merkitykseen. Öljyalan kustannus Oy 1992.

Avikainen, Paula; Hetemäki, Ilari (toim.) Suomen historia 8. Paasikiven ja Kekkonen aika. WG 1988.

Bergholm, Tapio. Teoksessa: Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.

Blomberg, Olli. Höyryvaunusta kymppipyörään. Tekninen Kustannusliike Oy 1991.

- Bourdieu, Pierre; Loïc J.D. Wacquant.** Refleksiiviseen sosiologiaan. Joensuu University Press 1995.
- Bourdieu, Pierre.** Sosiologian kysymyksiä. Osuuskunta Vastapaino 1985.
- Bremer, Kai L. Solanne, Hannu.** Fiat Suomessa. Autonovo Oy 1982.
- Cohrs, Alex; Peltonen, Juha.** AutoBild Suomi 20/2005 s. 56–59. Sanoma Magazines Finland Oy 2005.
- Feigenbaum, Armand V.** Total quality control. McGraw-Hill 1991.
- Georgano, Nick.** Auto 1970- ja 1980-luvulla. (Suomennos: Räsänen, Antti). Gummerus Kustannus Oy 1992.
- Hytönen, Juha.** Autoistuminen Suomessa 1960-luvun alusta 1970-luvun puoliväliin. Sivuainelaudaturtyö Jyväskylän yliopisto 1993.
- Juurikkala, Jussi.** Elämäni autot. Kustannusosakeyhtiö Ajatus 2000.
- Jääskeläinen, Aatto.** Autokaupasta valtakunnalliseksi monialayhtiöksi. Pielisensuun Auto Oy – Broman Group Oy 1965-2005. Broman Group Oy 2005.
- Kastemaa, Pekka.** Auto 1960-luvulla. Teekkarien autopalvelu 1985.
- Kiiski, Timo.** Automuistoja Suomesta. Autoilun arkea ja juhlaa albumikuvin ja tarinoin. Karisto Oy 2004.
- Kilpiö, Kaarina; Toiskallio, Kalle.** Teoksessa: Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.
- Kivistö, Markus.** Teoksessa: Sata lasissa (toim. Vähäkangas). Turun Historiallinen Arkisto 54. Turun Historiallinen yhdistys 2000.
- Korkiasaari, Jouni; Tarkiainen, Kari.** Suomalaiset Ruotsissa. Siirtolaisuusinstituutti 2000.
- Kuch, Joachim.** Toyota vuodesta 1936. Alfamer Oy 2005.
- Kulmala, Mika.** Henkilöauton omistus ja käyttö 1985–1995. Liikenneministeriö 1999.
- Laakso, Jorma.** Autoja ikä kaikki. Alfamer Oy 2003.
- Laakso, Jorma.** Millä ajat – sellainen olet. Otava 1994.
- Laakso, Jorma.** Niin ajat kuin elät. Alfamer Oy 1999.
- Laaksonen, Esko.** Herraklubista koko kansan autoliitoksi. Autoliiton 75 vuotta. Autoliitto Ry 1994.
- Laitinen, Erkki** (toim.). Keski-Suomen teillä. Keski-Suomen tiepiiri 50 vuotta. Tielaitos 1997.
- Larmela, Lauri.** Suuri autokirja 2001. Tuulilasi. A-lehdet Oy 2001.

- Lindh Björn-Eric.** Saab ensimmäiset 40 vuotta. (Suomentaneet: Lindberg, Håkan; Miettinen, Jukka). Förlagshuset Norden AB 1988.
- Markkanen, Jyrki.** Kupla – aikansa sankari. Atena Kustannus Oy 2003.
- Masonen, Jaakko; Hänninen, Mauno.** Pikeä, hikeä, autoja. Tuhat vuotta tietä, kaksisataa vuotta tielaitosta 3. Tielaitos 1995.
- Mauranen, Tapani.** Teoksessa: Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.
- Mediasidonnaisuus 1998 Autoilu.** Aikakauslehtien liitto, Suomen Gallup-Media Oy 1998.
- Moisala, Uno E.** Auto Suomessa. Autokaupan, käytön ja korjaamotoiminnan historia vuoteen 1983. Autoalan Keskusliitto Ry, Autotuojat Ry 1983.
- Mäki, Martti.** Automainonnan olennaisista piirteistä. Liikenneturva 1989.
- Nykänen, Harri.** Tulta päin! Tarina autoalan asioista ja ihmisistä. Autoalan Keskusliitto 2004.
- Ojanen, Olli J.** Autot ja autoilu Suomessa 1960-luvulla. Alfamer Oy 2002.
- Ojanen, Olli J.** Autot Suomessa osa 1. Volkswagen – Kuplan aikakausi. Alfamer Oy 1998.
- Ojanen, Olli J.** Autot Suomessa osa 6. Opel ja Vauxhall – arvostettuja arkautoja. Alfamer Oy 1999.
- Paavonen, Tapani.** Teoksessa: East-West Trade and the Cold War (toim. Eloranta, Jari; Ojala, Jari). Jyväskylän yliopisto 2005.
- Peltola, Jarmo.** Teoksessa: Pikeä, hikeä, autoja. Tuhat vuotta tietä, kaksisataa vuotta tielaitosta 3. Tielaitos 1995.
- Pirtala, Pasi; Ernvall, Timo.** Henkilöautojen omistus, ajosuoritteet ja käyttöalueet. Tielaitos 1992.
- Rajanti, Taina.** Kestävän kehityksen liikennejärjestelmät. Onko autoistuminen välttämätöntä? Kuntapuntari 5/1999, s. 47–52. Tilastokeskus 1999.
- Raukko, Erkki.** Pikkuauto Nipponin tyyliin: Datsun 1000. Moottoriviesti 11/1972 s. 48–61. Viestilehdet Oy 1972.
- Sedgwick, Michael.** Auto 1950- ja 1960-luvulla. (Suomennos: Räsänen, Antti). Cummerus Kustannus Oy 1991.
- Seppinen, Ilkka.** Valtaväylä Suomeen. Liikenneministeriö 100 vuotta. VAPK-kustannus, Liikenneministeriö 1992.

Silvasti, Eero. Väylät ja valta. Liikenteen historiaa, historian liikettä. Atena Kustannus Oy 2001.

Summala, Heikki. Teoksessa: Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.

Suomen teiden historia II. Suomen itsenäistymisestä 1970-luvulle. Suomen tieyhdistys 1977.

Terho, Henri. Teoksessa: Sata lasissa (toim. Vähäkangas). Turun Historiallinen Arkisto 54. Turun Historiallinen yhdistys 2000.

Toiskallio, Kalle (toim.). Viettelyksen vaunu. Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.

Vaaranen, Heli. Teoksessa: Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.

Virrankoski, Lauri. Teoksessa: Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.

Vähäkangas, Ismo (toim.). Sata lasissa. Turun Historiallinen Arkisto 54. Turun Historiallinen yhdistys 2000.

Välimäki, Matti. Auto persoonan mukaan. Yhteishyvä 12/2005 s. 62 - 64. Sanoma Magazines Finland Oy 2005

III INTERNET-LÄHTEET

<http://www.ajovallo.net/historia.htm>, luettu 31.3.2006.

<http://www.autoliitto.fi>, luettu 31.3.2006.

<http://www.iltasanomat.fi/uutiset/kotimaa.htm#id1150856>, luettu 31.3.2006.

LIITTEET

Liite 1. *Eniten myydyt automallit ja – merkit. (Lähde: Autotuojat Ry. Autojen ensirekisteröinnit joulukuu 1961–1989 tilasto 12.)*

1961 Merkit	1962	1963	1964
1. Moskwitch	1. Moskwitch	1. Ford	1. Ford
2. Skoda	2. VW	2. VW	2. VW
3. VW	3. Skoda	3. Fiat	3. Fiat
1961 Mallit	1962	1963	1964
1. Moskwitch 403/407	1. VW 1200	1. VW 1200	1. VW 1200
2. Skoda Octavia	2. Ford Anglia	2. Zastava	2. Moskwitch 403/407
3. VW 1200	3. Moskwitch 403/407	3. Moskwitch 403/407	3. Ford Anglia
1965 Merkit	1966	1967	1968
1. VW	1. VW	1. VW	1. Ford
2. Ford	2. Ford	2. Ford	2. VW
3. Opel	3. Fiat	3. Fiat	3. Fiat
1965 Mallit	1966	1967	1968
1. VW 1200	1. VW 1200	1. Moskwitch Elite	1. VW 1200/1300
2. Opel Kadett	2. Moskwitch Elite	2. VW 1200	2. Ford 1100/1300 Escort
3. Moskwitch Elite	3. Datsun Bluebird	3. Austin+Morris Mini	3. Volvo Amazon
1969 Merkit	1970	1971	1972
1. Ford	1. Ford	1. Fiat	1. Fiat
2. VW	2. Fiat	2. Toyota	2. VW
3. Fiat	3. Toyota	3. Ford	3. Ford
1969 Mallit	1970	1971	1972
1. Ford Cortina	1. Ford Cortina	1. Fiat 600	1. VW 1200/1300
2. VW 1200/1300	2. VW 1200/1300	2. VW 1200/1300	2. Fiat 600
3. Moskwitch Elite	3. Fiat 600	3. Opel Kadett 1100	3. Lada 1200/1300
1973 Merkit	1974	1975	1976
1. Fiat	1. Fiat	1. Fiat	1. Saab
2. Toyota	2. Ford	2. Saab	2. Ford
3. Ford	3. Saab	3. Datsun	3. Datsun
1973 Mallit	1974	1975	1976
1. Toyota Corolla	1. Lada 1200/1300/farmari	1. Lada 1200/1300/farmari	1. Datsun 100A
2. VW 1200/1300	2. Datsun 1000(100A)	2. Saab 96	2. Lada
3. Lada 1200/1300	3. Toyota Corolla	3. Datsun 100A	3. Saab 96
1977 Merkit	1978	1979	1980
1. Saab	1. Saab	1. Datsun	1. Datsun
2. Fiat	2. Fiat	2. Fiat	2. Toyota
3. Ford	3. Datsun	3. Lada	3. Lada
1977 Mallit	1978	1979	1980
1. Lada	1. Lada	1. Datsun 120A (Cherry)	1. Datsun Cherry
2. Saab 96	2. Saab 96	2. Lada	2. Lada
3. Datsun 100A	3. Saab 99	3. Fiat 127	3. Toyota Corolla

1981 Merkit	1982	1983	1984
1. Datsun	1. Datsun	1. Nissan-Datsun	1. Nissan
2. Ford	2. Ford	2. Toyota	2. Toyota
3. Toyota	3. Toyota	3. Ford	3. Lada
1981 Mallit	1982	1983	1984
1. Lada	1. Lada	1. Lada	1. Lada
2. Datsun Cherry	2. Datsun Cherry	2. Nissan Sunny	2. Nissan Sunny
3. Fiat 127	3. Opel Kadett	3. Toyota Corolla	3. Toyota Corolla
1985 Merkit	1986	1987	1988
1. Toyota	1. Toyota	1. Toyota	1. Toyota
2. Nissan	2. Nissan	2. Nissan	2. Nissan
3. Opel	3. Lada	3. Lada	3. Opel
1985 Mallit	1986	1987	1988
1. Toyota Corolla	1. Toyota Corolla	1. Toyota Corolla	1. Toyota Corolla
2. Lada	2. Lada	2. Nissan Sunny	2. Nissan Sunny
3. Nissan Sunny	3. Nissan Sunny	3. Lada	3. Lada
1989 Merkit	1989 Mallit		
1. Toyota	1. Toyota Corolla		
2. Opel	2. Opel Kadett		
3. Nissan	3. Nissan Sunny		

Liite 2. Suosikkimallien valokuvia. (Lähde: Antti Humalamäki)



Datsun Cherry vuodelta 1982



Fiat 127 vuodelta 1981



Ford Anglia vuodelta 1962



Lada 1200L vuodelta 1983



Opel Kadett C vuodelta 1977



Saab 96 vuodelta 1973



Toyota Corolla vuodelta 1989



Volkswagen Kupla vuodelta 1969