

Genichi Kawakimi*

The Economist

1970'lerde, Amerika'nın belki de en eski piyano imalatçılarından Steinway'i, özellikle Japonya'nın Yamaha'sının olmak üzere, Asyalı rakiplerinin başarısı korkutmaya başlamıştı. Yamaha, kaliteli piyanoları Amerikan yapımı olanlarından çok daha düşük fiyata sunuyordu. Zamanla, pek çok Amerikan imalatçısı rekabete dayanamadı ve kapandılar. Yamaha'nın başkanı Genichi Kawakami, Amerika pazarından gıpta edilecek ölçüde bir pay elde ederek aslında daha zor bir mükâfatın peşindeydi: Steinway piyanosunun ardında bıraktığı bir tür mevkiinin... Bu, sadece Steinway'le eşit bir mevki değildi... Kawakami, Yamaha'nın, bir gün, Amerika'da ve Avrupa'da piyanoda tek tercih olarak kabul edileceğini tahmin etmişti.

Steinway'in reklam stratejisi, endişelerini belli etmemek yönündeydi. Ailesi 1853'ten beri piyano yapan John Steinway "Bir Steinway, Steinway'dir" derdi. Aileden bir kimse çalsın veya çalmasın, büyük bir piyanonun geleneksel halkın evinde gerekli bir parça olarak sunulduğu görkemli veya sade bir slogan, hatasız bir akorda basışın göstergesiydi. Kawakami için daha önemli olanı, başarının, asaletin ve kültürel bir tercihin simgesi olarak, bir gün kendi evlerinin büyük piyanolarla şerefleneceğini ümit eden ihtiraslı Amerikalılar için bu sunuşun pek cazip olmasıydı.

Kawakami, kendi tarihiyle de yarış edebileceğini gösterdi. Şirketinin Torakusu Yamaha tarafından 1887'de işe başladığına işaret etti. Bir Yamaha piyanosu ve laternası, 1904'te St Louis Dünya Fuarı'nda ödül kazanmış. Genichi Kawakami'nin babası, 1927'de şirketin başına geçmiş. 10 yıl sonra Kawakami şirkete katılmış, sonradan da kontrolü eline alarak Yamaha markasına başta motosiklet (şimdi ayrı bir şirket tarafından üretiliyor) olmak üzere başka ürünler eklemiş ve 1983'te bayrağı oğlu Hiroshi'ye devretmiş. Aynı aileden üç nesil... Kawakami, geçmişlerinin üç bölümlük bir senfoni gibi olduğunu kaydediyor. Amerikalılar devlerin dövuşünü memnuniyetle seyrederken, Steinway'in itibarı meydan okurcasına sağlam durdu.

Başarının Altında Yatan Sır

Genichi Kawakami, Yamaha piyanolarının, en az Amerikan markaları kadar, iyi ses çıkardığından emindi. Hatta, yanında çalışan uzmanlar Yamaha'nın daha üstün olduğu konusunda onu ikna etmişti. Ancak, bu esrareniz kalitesi ve edindiği

mevki, dünyayla boy ölçüşmeye henüz başlamış pek çok Japon üreticisini şaşırtıyor ve kızdırıyordu. Japon fotoğraf makineleri, profesyoneller tarafından dünya çapında kullanılan, alabileceğinizin en iyisidir. Buna karşılık, sıradan zengin bir Japon için Alman Leica markası daha makbul ve itibarlıdır. Hele eski bir tane (35mm'den daha dar film kullanan fotoğraf makinesi Leica tarafından 1925'te icat edildi) geçirdiyse- niz elinize, bu çok daha tercihe şayan. Japon arabaları, güvenilirlikleri ve kendilerine has tarzlarıyla bilinirler, fakat eski boya gibi parlayana kadar cilalanmış bir Mercedes veya bir Rolls [Royce] yine de daha gözde. Kim hantal bir Harley-Davidson motosikletini ince vanaşına uygun bir Japon markaya, bir Yamaha'ya belki, tercih eder? Epey bir kimse...

Kawakami'nin statü kaygısı, başka bir şekilde elde edilecek olağanüstü başarı sonucu gelecek bir kariyeri gölgelemiş olabilir. O, Japonya'nın dünyanın ikinci büyük ekonomisi olmasını temin eden dev işadamlarından biriydi. Başlangıcı mütevazıydı. 1950'de başına geçtiği şirket, piyano, ağız laternası ve kollar gramofon imal ediyordu. Japonya'da saygın bir ismi vardı, ancak servet, emval cinsinden pek bir değeri yoktu. Japonlar, İkinci Dünya Savaşı'nda tahrip olmuş ülkelerini yeniden inşa etmekle öyle meşgullerdi ki bu tür lükslerden uzak durdular.

Kawakami, 1953'te, Amerika Birleşik Devletleri'ni ve Avrupa'yı gezdi. Muzaffer ülkelerin refahının arttığını ve eğlenceye para harcadıklarını gözlemledi; her ne kadar, çok iyi yapılmış kollar bir gramofon alacak kadar mutlu olmasalar da... Müzik kutusu [jukebox] kültüründe piyanonun dahi modası geçmiş görünüyordu. Piyano çalmak, çocukların değil de, anne babaların yapacağı bir iş gibiydi.

Genichi Kawakami, ne kadar piyano satacaksa satsın kendisine önce yeni bir pazar yaratmalıydı. "Kendinizi müşterinin yerine koyun ve üstün nitelikli ürünler tasarlayın" dedi. Aşikâr olanın ifadesiydi, bu, kayda değer olan şu ki, Kawakami'nin, Yamaha piyanolarını pazarlarken, aşikâr olanı büyük kararlılıkla ikna etmesiydi. 1954'te, fabrikasının bulunduğu Hamamatsu'da, küçük çocuklara müziğin temel kurallarını öğreten bir kurs açtı. Bu, dünyanın dört bir yanına yavaş yavaş yayılan müzik okulları zincirinin bir başlangıcı oldu, bu okulların çoğunda da Yamaha müzik enstrümanlarının sergilendiği bir salon bulunmaktadır. Beş milyondan fazla öğrencinin bu okullardan geçtiği hesaplanmıştır. 1980'lerin sonlarında, Yamaha, sadece piyanonun değil her tür müzik aletinin imalatında dünya lideri haline geldi. Sadece Japonya'da piyano piyasasının % 55'ini ele geçirdi. Çok ufak evlerin olduğu bir ülkede, Kawakami, pek çok Japon'u piyanonun bir ihtiyaç olduğu yönünde ikna edebildi.

O hiçbir zaman duracak, işi bırakacak gibi görünmedi. Oğlu, "çeşitlendirmek onun hobisiydi" diyor ve şöyle devam ediyor: "Eski işlerle sıkılırdı." 33 yıl boyunca, Kawakami, şirketi ya başkan veyahut "yüksek danışman" olarak idare etti. Bu sırada, Yamaha'nın ürün çeşitliliğini genişleterek can sıkıntısını hep sınırdan tuttu. Bugün, Yamaha piyanolarının ve motosikletlerinin yanında su motosikletleri, tenis raketleri, golf klüpleri ve muhtelif makine aletleri mevcut. Japon gazeteleri onu Yamaha'nın "imparator"u olarak niteliyor. Bu, Genichi Kawakami'nin pek hoşuna gidiyor.

Çeviren: Özlem Çağlar Yılmaz