

ENDORSEMENT ON YHTEISTYÖTÄ MUUSIKON JA VALMISTAJAN KESKEN

Jouni Nieminen

Jos muusikko on hyvin esillä esiintymistensä tai opetustyönsä kautta, hänellä voi olla mahdollisuus hankkia soittimensa merkittävällä alennuksella tai saada se kokonaan ilmaiseksi. Erityistapauksissa muusikko voi saada omia toiveitaan valmistajan tietoon ja näin osallistua soittimensa kehitystyöhön.

Eri alojen julkimot voivat saada merkittävän osan vuosituloistaan yksilöllisistä sponsorisopimuksista. Sponsorioijana on tuolloin todennäköisimmin kuluttajabrändi, jonka kohderyhmä on laaja. Tämä vaatii tuotteen keulakuvaksi erityisen tunnetun kasvon.

Kun tuotteen markkinoija tavoittelee kapeampaa kohderyhmää, esimerkiksi uraansa aloittelevia muusikoita, ei sponsoritavankaan tarvitse olla *household-name*, vaan riittää, että hän on tarpeeksi tunnettu tietyissä piireissä. Sponsorilta sponsoritavalle liikkuvat rahasummatkaan eivät tällöin ole kovin suuria. Raha ei välttämättä edes vaihda omistajaa; usein puhutaan ainoastaan rahanarvoisista alennuksista. Tällöin riittävän ”followingin” omaava muusikko saa etuja siitä, että pitää esillä tietyn valmistajan tuotteita.

Laajalti käsitettynä *endorsementilla* tarkoitetaan julkisten esiintymistä kaikenlaisten tuotteiden mainoskasvoina. Muusikopuheissa endorsementin määritelmäksi on kuitenkin kiteytynyt muusikkojen ja soitinvalmistajien keskinäinen yhteistyö. Käytetään tässä yhteydessä tätä kapeampaa määritelmää.

Mittana julkisuusarvo

Soitinkauppias **Tommi Laine** Soitin Laine Oy:stä kertoo endorsement-sopimusten jakaantuvan kahteen kastiin. Ensinnä ovat

varsinaiset tehdassopimukset, jotka takaavat ilmaiset soittimet ja soitintehtaan täyden palvelun muusikolle, missä päin maailmaa hän sattuuukaan keikkailemaan. Tällaista palvelua ei ymmärrettävästi voida tarjota kuin kovimmassa kansainvälisissä kehissä esiintyville muusikoille. Maahantuojasopimus on sitä vastoin useampien ulottuvilla. Tässä tapauksessa muusikko saa merkittävän alennuksen soittimistaan.

Vastapalveluna molemmissa sopimuksissa muusikolta odotetaan luonnollisesti lojaalisuutta. Muusikon odotetaan käyttävän kyseisenmerkkistä soitinta aina esiintyessään julkisesti, tapahtui se sitten pienimmällä klubilla tai TV:ssä miljoonayleisölle. Riittävä ja myönteinen näkyvyys on endorssajalle ensisijainen tavoite.

Soitin Laine edustaa Suomessa muun muassa Premierin rumpuja ja Paisteen symbaaleja. Yritys toimittaakin soittimet paikalle tarvittaessa, kun näiden merkkien talleihin kuuluva rumpali tulee Suomeen. Tommi Laine kertoo seuraavan symbaalisetin olevan menossa Dave Lombardolle Slayerin Tampereen konserttiin ja sieltä edelleen Euroopan kiertueelle.

Soitinvalmistajien nettisivuilla on yleensä erillinen artistiosio, jossa esitellään laajalti merkin kanssa sopimussuhteessa olevia muusikkoja. Mukaan mahtuu niin täyden endorsementin stadiontähtiä kuin myös kansallisen tason kuuluisuuksia. Pienellä selailulla listoilta löytyy myös suomalaisia nimiä. Etenkin rumpalit ovat kunnostautuneet tässä. Vastavuoroisuutta harrastetaan ainakin artistien nettisivuilla ja levynkansissa.

Mihin vaaka kallistuu?

Etenkin rockmuusikkojen keskuudessa soitinsopimukset ovat tavoiteltuja. Valmistajia ja maahantuojia kiinnostavat vakiintuneet ja nousevat rockmuusikot yhtä lailla, koska huomattava osa näiden yleisöstä harrastaa itsekin soittamista. Kotimaisissakin nuorelle yleisölle suunnatuissa musiikkilehdissä törmää jatkuvasti

mainoksiin, jossa raskaan rockin tšekäläiset sankarit poseeraavat tietyn soittimen kanssa. Yhteistyön muotoja ovat myös soitinklinikat musiikkiliikkeissä tai erilaisissa alan tapahtumissa.

Muusikon kannalta luontevinta on hakea sopimusta sellaisen valmistajan kanssa, jonka soittimilla työskentelisi muutenkin. Jos yhteisymmärrystä ei synny, lie nee henkisesti mahdollista neuvotella seuraavaksi parhaasta vaihtoehdosta. Jossain vaiheessa muusikon on kuitenkin päätettävä, haluaako soittaa parhaila mahdollisilla soittimilla vai niillä, joita sattuu saamaan ilmaiseksi tai hyvällä alennuksella. On siis tehtävä aivan normaalia hintalaatu-vertailua. Ammatillisella ei yleensä ole varaa epäkelvöihin työvälineisiin.

Kansainvälisissä kehissä toimivat korkeimman profiilin muusikot saavat palvelun lisäksi jo rahallisenkin korvauksen soittimen mannekiinina toimimisestaan. Huomattava medianäkyvyys voi tuottaa myös bonuksia. Endorsement-sopimusten huipulla muusikko saa itselleen räätälöityjä tuotteita sekä korkeimpana kunnianosoituksena oman *signature*-mallin soitinvalmistajan katalogiin.

Kaikki huippumuusikot eivät kuitenkaan halua sitoutua yhden valmistajan endorsement-sopimukseen. He näkevät sopimuksen sitovuden painavan vaakakupissa sen tuomia hyötyjä enemmän. Monet muusikot hakevat kaiken aikaa uusia soundimaailmoja, mikä tarkoittaa muun muassa eri valmistajien uutuuksien testaamista. Arvostetummille tekijöille ei tuota vaikeuksia saada käyttöönsä testikappaleita ilman eri sopimuksia. Nämä ”vaapaat agentit” tarjoavat myös mahdollisuuksia niille soitintehtaille ja -rakentajille, joilla ei ole varaa tarjota kattavaa endorsement-palvelua. Soitinrakentajat saattavat lähettää heille näytekappaleita siinä toivossa, että soitin vilahdaisi TV-ruudussa huippumiehen esiintyessä. TV-näkyvyys sopivassa palkintogaalassa voi merkitä valmistajalle pientä lottovoittoa.

Näkyvyys ennen kaikkea

Klassisen musiikin ”tallisopimukset” ovat kenties näkyvimpiä ykkössarjan konserttipianistien kohdalla. Kun tietty maestro saapuu kaupunkiin, hän saa maahantuojan kautta testattavakseen useamman flyygelin ja valitsee näistä tuntumaltaan parhaan. Tästäkin koesoitosta voi kehittää mediatapahtuman, kuten joskus on meilläkin nähty.

Sopimuksia tehdään toki muusikin soittimissa. Tämä vaatii muusikolta yleensä solistista kunnianhimoa. Helsingin kaupunginorkesterin pasunisti **Valteri Malmivirta** on tutustunut endorsement-sopimukseen useampaa reittiä. Muusikkona hänellä on yhteistyösopimus USA:laisen puhallinvalmistaja Edwardsin kanssa. Malmivirta toimi Helsingissä vuonna 2003 järjestetyn International Trombone Festivalin taiteellisena johtajana. Festivaalin pääesiintyjäksi saatiin tuolloin soittimen kenties kirkkain tähti, ruotsalainen **Christian Lindberg**. Esiintymisen mahdollisti se, että soitinvalmistaja Conn maksoi Lindbergin palkkion. Esiintymisensä lisäksi Lindberg veti tilaisuudessa soitinklinikan. Malmivirta sanoo, että soitinvalmistaja ei ole mikään mesenaatti, vaan haluaa tulosta satsaukselleen. Sen kannalta kaikenlainen näkyvyys on tavoiteltavaa, tapahtui tämä sitten konsertin tai koulutustilaisuuden yhteydessä.

Malmivirran mukaan klassisen musiikin endorsement-sopimuksia tehdään etupäässä puhallinsoittajien kanssa. Tämä on luontevaa sikäli, että esimerkiksi jousisoittimiin verrattuna puhaltimet ovat enemmän ”kulutustavaraa”, ja soitinta joudutaan vaihtamaan säännöllisin väliajoin. Puhaltimien kaupankäyntikulttuuri on myös erilainen kuin jousisoittimien. Useimmilla puhallinvalmistajilla on tarjolla tuotteita sekä huipuille että vasta-alkajille. Jos taas Stradivariuksella soittava huippuviolisti mainostaisi kiinalaista viulua aloittelijalle, tällainen mainossopimus menisi tässä määritellyn endorsementin ulkopuolelle.