

Funkanalyse-Promotion: Auf was Programm-Macher achten sollten

von **Marie-Luise Orendi** am **19. Januar 2016**

Für die lokalen Radio- und Fernsehmacher in Bayern hat vor einer Woche die wichtigste Zeit des Jahres begonnen: Vom 11. Januar bis 20. März laufen die Befragungen zur Funkanalyse Bayern 2016 (FAB), um die Reichweiten für die bayerischen Hörfunk- und Fernsehanbieter zu ermitteln. Seit einigen Jahren werben Radio- und Fernsehstationen aktiv in Promotion-Spots für die Teilnahme der Zuhörer und Zuschauer an den telefonischen Befragungen. Dabei müssen allerdings einige „Spielregeln“ beachtet werden. Marie-Luise Orendi und Michael Philippi haben die wichtigsten Regeln für die Funkanalyse-Promotion zusammengefasst.

Was die Funkanalyse-Promotion nicht darf

Grundsätzlich gilt: Promotion zur Teilnahme an Marktforschung darf Zuhörer und Zuschauer im Rahmen der telefonischen Befragungen nicht dazu aufrufen, ein bestimmtes Programm zu nennen. Auch eine unbewusste Beeinflussung, z.B. durch bekannte Sprecher der Sender, ist nicht erlaubt.

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) hat bereits im Jahr 2001 einen so genannten „Ehrenrat“ zur freiwilligen Selbstkontrolle von Radio-Promotions eingerichtet, dessen Aufgaben im Artikel 9 der agma-Satzung beschrieben sind. Wenn eine Promotion-Maßnahme durch diesen Ehrenrat als unzulässig eingestuft wird, weil sie das Antwortverhalten bei ma-Befragungen beeinflusst, könnte das sogar die Nichtausweisung des Senders als Werbeträger zur Folge haben. Da die Befragungen zur Media Analyse und Funkanalyse Bayern zeitgleich laufen, könnte also in Sachen FAB-Promo auch der Ehrenrat der ag.ma tätig werden.

Keine On-Air Stimmen in den Promotion-Spots

Moderatoren oder Nachrichtensprecher, die on air im Programm zu hören sind, dürfen nicht als Sprecher in den Promotion-Spots für die Funkanalyse auftauchen. Eine Einleitung wie „Hallo hier ist XY vom Morgen...“ ist nicht zulässig. Andere Sprecher oder die Stationvoice sind dagegen unproblematisch.

Keine Nennung des Programmnamens

Formulierungen, die einen Bezug zum Programm herstellen, sind ebenfalls problematisch. Beispielsweise: „Station XY unterstützt die Marktforschung“ oder „Wir bei Radio XY bitten Sie, sich ein paar Minuten für die Befragung Zeit zu nehmen“

Nicht im Namen des Programms bedanken

In vielen Promotion-Spots für die Funkanalyse werden Dankesformeln verwendet. Allerdings muss dabei beachtet werden, dass kein Dank im Namen des Programms erfolgen darf. Formulierungen wie „Radio XY bedankt sich fürs Mitmachen“ oder „Radio XY sagt Danke, dass Sie sich ein paar Minuten Zeit nehmen“ sind nicht erlaubt.

Programmjingles direkt vor oder nach einem Promo-Spot sind nicht erlaubt

Selbst bei neutral formulierten und produzierten Promotion-Spots ist ein weiterer Faktor entscheidend: die Platzierung von Programmjingles. Diese können Zuhörer und Zuschauer in ihrer Wahrnehmung beeinflussen und

sollten unmittelbar vor oder nach einem Promotion-Spot nicht gespielt werden. Deshalb muss auf einen ausreichenden zeitlichen Abstand zwischen dem Promotion-Spot und einem Programmjingle geachtet werden, beispielsweise durch einen Musiktitel.

Übrigens: Die Ergebnisse der Funkanalyse 2016 werden wieder auf den Lokalrundfunktage am 5. und 6. Juli vorgestellt. Wer sich generell über die Marktforschungsstudie informieren will, findet die Ergebnisse der Vorjahre unter Funkanalyse Bayern.