

Sådan tester man 600 MELODIER

Det er indlysende, at det rette valg af musik er helt afgørende for en kommerciel radio-stations popularitet. Her får Radio 100FM god hjælp af TNS-Gallup, som gennemfører en popularitetsafstemning af ikke mindre end 500-600 melodier.

Hele processen starter med, at TNS Gallup inviterer ca. 160 personer, som opfylder Radio 100FMs målgruppekrav. Dette er typisk bestemt af køn og alder, og desuden skal personerne lytte til nogle bestemte stationer eller have præference for den musik, der spilles i rekrutteringsinterviewet.

Musikundersøgelsen afholdes i et stort lokale, hvor der over ca. 3 timer afspilles 500-600 brudstykker af musik, som respondenterne skal vurdere, mens de lytter. For

hver melodi eller sang udfylder de et spørgeskema, hvor de noterer om de kender sangen, og hvor godt de kan lide den.

Der bliver holdt en pause undervejs, hvor der serveres sodavand og sandwich – hvor deltagerne kan hvile ørerne. Deltagerne syntes ofte det er sjovt at være med. Der er en speciel atmosfære, de lytter til en masse musik, og det er nemt at deltage. Det er deres mening her og nu, der tæller. Samtidig får de at vide, at de ved at deltage har en stor indflydelse på, hvilken musik der spilles i radioen.

”For Radio 100FM er auditorietest et vigtigt redskab til at bestemme, hvilke numre der skal spilles i radioen, og med hvor stor en frekvens. Det rigtige musikvalg kan være afgø-

rende og betyde forskellen på succes eller fiasko på det stærkt konkurrenceprægede medieområde”, udtaler musikchef Martin Marx fra Radio 100FM.

Er du interesseret i yderligere oplysninger om TNS Gallups undersøgelser på radioområdet, er du velkommen til at kontakte chefkonsulent Charlotte Rode.

Af XXXX
Yderligere information:
xxx@xxx.dk

