

FIKTION TIL DR ULTRA



| | |
|-------------------------|--|
| Format og genre: | 6-8 episoder i en varighed mellem 20-30 minutter. |
| Målgruppe: | Primært de 9-14-årige. Sekundært forældre og søskende. |
| Levering: | Efterår 2025 |
| Redaktør: | Andreas Bense |

Fælles for budene på *vulkaner*

Uanset genre og tema leder vi efter en serie, der starter en samtale, har potentiale til samsening og er iøjnefaldende.

Samtale

Hvilken vigtig overordnet samtale vil vi gerne starte med denne serie? Hvad er vores *why*? Og hvilken nyhedsværdi har serien for målgruppen? Tænk også lavpraktisk - Hvordan omtales serien i frikvarteret? Hvad er *historien om historien*?

Samsening

Vi vil gerne se historier, der først og fremmest er relevante for børn og giver ungdommen en stemme og nye perspektiver, men vi vil gerne invitere forældre, søskende og venner med. Tænk på hvordan jeres bud appellerer bredt.

Synlighed

Vi leder efter en serie med et klart udtryk. Det kan være en tydelig æstetik, særlige greb eller et gennemtænkt soundtrack. Vi har fokus på, at serien har sin egen *signatur*.

Alle følgende indsigter kommer fra "Tæt på børn og unge 7-18 år" (2023) DFI & Will&Agency, "DR Børnesurvey" (2024) DR & WILKE og "DR Weekend" (2023) DR & WILKE.

Vi ser tre tematiske og genremæssige retninger, som man kan udvikle i:

RETNING 1: DEN VI GÆTTER MED PÅ

Indsigt

Spænding er en af de afgørende faktorer, når målgruppen prioriterer, hvad de vil streame.

Ønske

En fiktionsserie med en tydelig *opklaringsmotor*. Det kan være *whodunnit*, action, konkurrencer og mystery, men motoren er ikke bundet til en særlig genre. Nøgleordene er *nysgerrighed* og *spænding*. Hvordan er serien spændende igennem hele sæsonen? Hvad er det for et gennemgående spændende spørgsmål serien stiller, som seerne kan gætte med på og bare MÅ få opklaret?

Referencer

Mysteriet på Bornholm, En For Holdet, Alt Er Tilladt og Skyldig kunne være fiktionsreferencer til målgruppen, men til løs inspiration er der også en tydelig *opklaringsmotor* i titler som Forræder, How I Met Your Mother og Paradise Hotel og produktioner, hvor man spørger sig selv – *hvordan falder brikkerne på plads til sidst?*

RETNING 2: GID DET VAR MIG!

Indsigt

Målgruppen elsker Klassen, og vi er dækket ind på den flanke, der hedder identifikation. Samtidig kan vi se, at særligt den yngre del af målgruppen er draget af kulørte typer, som enten har en stor personlighed, stikker ud, har alt på spil eller er i en ekstraordinær position.

Ønske

Nøgleordet er *fascination*. Vi efterlyser en serie, der kan få seerne til at drømme. De skal have lyst til at havne i samme misundelsesværdige situation, som protagonisten. Her kan der bo relationshistorier, coming of age, humor og romantik. Uanset modstand i dramaturgien er tonen lystbetonet og optimistisk.

Referencer

Baseboys, Ms. Marvel, Elite, Geek, The Summer I Turned Pretty, Richie Rich, 13 Going on 30 og Alene Hjemme. Tænk evt. i den gulerod, der også findes i indhold a la Mr. Beast, hvor nogen pludselig får et fantastisk tilbud - hvis de ellers bare lige klarer en given udfordring.

RETNING 3: DEN SERIØST SJOVE

Indsigt

"Det skal være noget, man kan grine af i hvert fald tre gange". Udsagnet stammer fra DFI's undersøgelse 'Tæt på børn og unge'. I Wilkes Børnesurvey fra 2024 bliver det bakket op, hvor 58% svarer, at den vigtigste egenskab er at "Programmet eller figuren er sjov".

Ønske

Nøgleordet er *humor*. Grinet samler os og går på tværs af aldersgrupper såvel som familien.

Sitcom, komedier, underholdning og romcoms. Et bud på den nye store sjove serie. Vi anerkender, at humor er en af de sværeste discipliner og vægter derfor også, at det er afspejlet i både cast- og holdsammensætning. Test på målgruppen bliver væsentlig, og den sker i samarbejde med Brugerinddragelse. Vi skal tage genren seriøst og være seriøst sjove!

Referencer

Birds, Superbad, Ternet Ninja, Stormester, SNL, FarOut, Kærlighed Ved Første Hik, Sex Education og Modern Family. Der kan også være inspiration at hente hos populære humor-youtubere og sjove tiktokere, der trender hos målgruppen.

Husk

De tre retninger må godt overlappe og tjener til inspiration og vejledning. Og husk også at have DR Ultras brandværdier i baghovedet. Dem kan I finde her: <https://dr.dk/producent>

I er velkommen til at tage fat i Andreas Bense (ANXE@DR.DK) for opklarende spørgsmål. Vi glæder os meget til at høre fra jer!