

# Før rejsegilde

Fire par. Fire lejligheder. Og kun 10 uger til at forvandle en ruin til en drømmebolig ved hjælp af masser af knofedt, lidt for mange tommelfingre og 300.000 kr. til materialer. Det er nogle af ingredienserne i TV2s store efterårssatsning HUSET.

Men hvordan skal retten serveres? Og rammer programmerne plet i målgruppen? En pretest kort før rejse- gilde gav nogle gode retningspile



## Det rette mix

HUSET er en særlig dansk udgave af det australske succesprogram "The Block".

Det er en helt ny programgenre, der kombinerer den bløde ende af reality med livsstil og gør-det-selv.

For at opnå en bred appel hos både unge og ældre har det været vigtigt for TV2 at finde det rette mix mellem genrerne og tage det bedste fra de tre områder: Identifikation, inspiration og information.

## Pretest ved større satsninger

- Forud for lanceringen havde vi mange overvejelser om *vægten* i programmerne, om hvordan de fire par skulle præsenteres, om tv-værternes rolle og om sammenhængen mellem HUSET og det selvstændige program Omkring HUSET, fortæller sekretariatschef Mads Dirckinck-Holmfeld fra TV2s programafdeling.

- Vi valgte at lave en pretest af det første afsnit af hvert af de to programmer, for at se om genren "holdt", og om programmerne og de enkelte programelementer fungerede efter hensigten. Det gør vi fast ved alle større satsninger.

## Ikke et reality-program

- Vi ville for det første sikre os, at HUSET blev opfattet som et bolig- og livsstilsprogram med et konkurrence-element, og ikke som endnu et reality-program i den endeløse række af reality-programmer, hvor *konkurrencen* er hovedindholdet, og hvor det hele bliver drevet af de *negative relationer* mellem deltagerne.

Holmfeld.

- Ingen bliver stemt hjem. Og alle er vindere. Vi ville derfor være sikre på, at der ikke var noget, der gav seerne associationer til "hårde" reality-programmer.

### **Identifikation vigtig**

- Programmernes "rygmarv" er *relationerne* mellem personerne. Og *processerne* og de mange gode *idéer* undervejs. Det er derfor afgørende, at seerne oplever, at programmerne viser situationer, der ligger tæt på deres hverdag, så de har mulighed for at se sig selv i situationerne. - At de gennem alle 11 afsnit synes, at parrene er interessante, og at de kan identificere sig med dem, fortæller Mads Dirckinck-Holmfeld.

### **Plads til udvikling**

- Her er det afgørende, at vi viser respekt for parrene og deres forskelligheder. Vi skal give dem mulighed for at være sig selv, for at være *de søde, de sjove, de skøre* og *de vilde*. Og vi skal sørge for, at der er plads til, at de enkelte par kan udvikle sig gennem forløbet. Det viste testen klart, siger han.

### **Final cut**

- Testen af HUSET har alt i alt bekræftet os i, at det er en meget stærk ny programgenre, vi her har fat i her, og at målgruppen og interessen er bred. Vi fik samtidig nogle gode konkrete bud på, hvor vi med fordel kunne stramme op i den endelige redigering, fortsætter Mads Dirckinck-Holmfeld.

### **For tempofyldt**

- F.eks. viste reaktionerne i fokusgruppen, at 1. udgave af traileren for HUSET var for stramt klippet og for tempofyldt, og derfor ikke helt afspejlede programmets sjæl. Den blev derfor klippet om.

- En scene, der trak en konflikt mellem to af parrene lidt for skarpt op, gav for kraftige associationer til Robinson og reality-genren. Den blev derfor vægtet anderledes.

- Og endelig kunne vi se, at der var behov for at præcisere værternes roller og forholdet mellem HUSET og Omkring HUSET lidt mere fra starten. Det ændrede vi så, siger Mads Dirckinck-Holmfeld.

### **Tv-tests i fremgang**

- De store tv-stationer og film- og produktionsselskaber benytter i stigende grad målgruppetests i forbindelse med større satsninger, dvs. programserier i prime-time og nye programtyper, fortæller underdirektør Susanne Lima, TNS Gallup Kvalitativ.

### **1. afsnit er altafgørende**

- På grund af den stigende konkurrence bliver det vigtigere og vigtigere for tv-stationerne, at seerne har en klar fornemmelse af, hvad programmerne handler om, og at annoncørerne har en tydelig fornemmelse af seeruniverset - allerede fra 1. afsnit, ja helst inden programmerne går i luften første gang, fortsætter hun. - Ellers er der fare for at mange seere - og reklameindtægter - ryger på gulvet. Erfaringerne fra

vores TNS-søsterbureauer i de store tv-lande peger i samme retning.

### **Tidlige tests**

- Tendensen i udlandet er, at testene foregår tidligere og tidligere i processen, ofte på story-board- eller koncept-niveau, siger Susanne Lima. Helt så langt tilbage er det endnu de færreste, der går her i Danmark, men TNS Gallup er klar med tests til alle faser af produktionen, også længe inden "rejsegildet".

### **Info**

Hvis du ønsker yderligere information om kvalitative tv- og filmtests, er du velkommen til at kontakte underdirektør Susanne Lima tlf. 3927 2727.

### **Testen**

Hvor ligger sympatien? Kan du identificere dig med nogle af deltagerne? Er spillereglerne klare? Fungerer værternes arbejdsdeling? Lærer du selv noget? Hvad savner du?

Det var nogle af de spørgsmål, respondenterne skulle tage stilling til efter at have set første afsnit af HUSET og Omkring HUSET samt traileren for programmerne.

De skulle også vurdere:

- Persongalleriet (deltagersammensætningen)
- Programmets dynamik
- Reaktioner på værterne
- Parrenes indbyrdes relationer
- Værternes funktioner
- Konkurrenceelementerne
- Evt. associationer til reality
- Appel
- Målgruppe for programmerne
- Placering i sendefladen

Testen var udformet som fokusgruppeinterview, kombineret med besvarelse af individuelle vurderingsskemaer.

### **Om programmet**

- Over 10 uger følger vi fire par og deres anstrengelser for at omdanne fire forfaldne lejligheder til drømmeboliger, mens de vel at mærke passer deres sædvanlige arbejde og bor i byggerodet.
- Efter de 10 uger sælges lejlighederne på en auktion. Deltagerne beholder fortjenesten ved salget. Vinderparret kan vinde op til 1 mio. kroner.
- Sideløbende med HUSET sender TV2 programmet Omkring HUSET med fakta om hus-økonomi, indretning og gør-det-selv.
- Programmerne bindes sammen af Nikolaj Sommer, nyhedsoplæser på TV2

Finans og Erik Peitersen, lands-kendt handyman fra en række boligprogrammer.

- HUSET vises i 11 ugentlige afsnit og et finaleafsnit + 11 baggrundsprogrammer. Der er også et interaktivt online-univers på tv2.dk.
- Originalprogram: The Block (Australien). Også vist i bl.a. Norge.