

Fragebogen dt. TV Show-Pitch

Im deutschen Fernsehen liest eine Redaktion zuerst nicht die Idee – Sie liest:

*Kann ich das senden?
Für wen? Warum jetzt?
Und funktioniert das praktisch?*

Ein guter Pitch beantwortet unbewusst genau diese Fragen.

1. Die Grundidee

- * Was ist die Show in einem Satz?
- * Was passiert konkret in einer Folge?
- * Was ist der zentrale Mechanismus oder Konflikt?
- * Warum ist die Idee sofort verständlich?
- * Was macht die Show in den ersten 30 Sekunden interessant?

*Kann ein Redakteur nach einmaligem Lesen die Show weitererzählen?
Wenn nein: zu kompliziert.*

2. Das Neue / Der Hook

- * Warum gibt es diese Show noch nicht?
- * Was ist der „Aha“-Moment?
- * Welche bekannte Referenz hilft beim Verständnis?
- * Was ist der visuelle oder emotionale Wiedererkennungswert?

Redaktionen mögen:

- * einfache starke Mechaniken
- * gesellschaftliche Relevanz
- * bekannte Formate mit neuem Twist

3. Zielgruppe

- * Wer schaut das?
- * Linear-TV oder Mediathek?
- * Gemeinsam schauen oder alleine?
- * Warum bleibt die Zielgruppe dran?

*Viele Pitches scheitern, weil die Zielgruppe „alle“ ist.
„Alle“ bedeutet meistens „niemand definiert“.*

4. Der Sender-Fit

- * Für welchen Sender oder Streamer ist das gedacht?
- * Warum genau dort?
- * Welchen Slot könnte die Show besetzen?
- * Welche bestehenden Formate sind vergleichbar?

*Redaktionen wollen sehen:
„Der Pitcher versteht unsere Marke.“*

5. Figuren / Hosts / Protagonisten

- * Wer trägt die Show?
- * Warum schaut man diesen Menschen gerne zu?
- * Welche Dynamiken entstehen?
- * Gibt es Konfliktpotenzial?
- * Ist der Host ersetzbar oder Teil des Konzepts?

6. Skalierbarkeit

- * Funktioniert die Idee für mehrere Folgen?
- * International?
- * Günstig produzierbar?
- * Studio oder Location?
- * Daily, Weekly oder Event?
- * Was kostet das?

Eine einfache Idee mit klarer Produktion gewinnt oft gegen die „geniale“ Monsteridee.

7. Warum jetzt?

- * Warum ist die Show aktuell relevant?
- * Welche gesellschaftliche Entwicklung greift sie auf?
- * Warum würde ein Sender das 2026 brauchen?

Sender kaufen oft:

- * Zeitgeist
- * Debatten
- * Sehnsüchte
- * Identifikation

Allgemein:

Abzugeben sind ein One-Pager und 2-3 Seiten 'Anhang' mit Details. Aber wer den ersten Absatz nicht zu Ende liest, liest auch nicht den Rest. Oft hilft auch ein Bild, das das Thema sofort erklärt.