



3min in der Beta-Version öffentlich:

Erstes Videoportal für professionell produzierte, deutschsprachige Webserien gestartet

Nie zuvor war die Nachfrage nach Onlinevideos so groß wie heute. Mehr als die Hälfte aller Internetnutzer in Deutschland sieht sich zumindest gelegentlich Clips im Netz an, in der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen liegt dieser Wert sogar bei 84 Prozent. Der durchschnittliche Nutzer verbringt dabei etwa zehn Prozent seiner gesamten Onlinezeit mit Webclips - Tendenz steigend. Die Länge eines Webvideos beträgt im Schnitt knapp drei Minuten. Aus diesen Trends wurde die Idee von 3min entwickelt: Das erste Webserien-Portal mit deutschsprachigen Formaten in High Quality. Seit Oktober befindet sich 3min in der so genannten Public-Beta-Phase: online verfügbar, aber noch in der Entwicklung. Der offizielle Launch ist für Anfang 2009 geplant.

3min präsentiert ein anspruchsvolles Serienangebot, das den neuen Sehgewohnheiten im Internet entspricht. Mit einer durchschnittlichen Länge von drei Minuten pro Episode werden Webserien in den Kategorien Fiction, Comedy, Real Life, Sport, Musik und Film angeboten. Die Public-Beta-Phase wird 3min dazu nutzen, ihr Angebot immer noch besser auf die Nutzer abzustimmen, deren Feedback ein wichtiger Beitrag für die kontinuierliche Weiterentwicklung des Portals ist.

Mehr als nur einen Vorgeschmack bieten zum Beta-Start die Mystery-Serie „**Dämmerung**“ sowie Comedy aus Berlin mit dem „**Tiger von Kreuzberg**“ und „**Moabit Vice**“; des Weiteren die Musikreportagen „**Vice Kills Jamaica**“, eine Reise zu den Wurzeln des Dancehall, und „**Raving in the Black Sea**“, ein visueller Trip in die Partyrepublik Kantsantip; dazu das ebenfalls exklusive Real-Life-Format „**The Zoo**“, der Bewegtbild gewordene Fashion-Blog aus Berlin für Europa – und vieles mehr.

Der Anspruch an die Produktionen ist hoch. Im Gegensatz zu anderen Videoportalen, die vornehmlich auf nutzergenerierte Clips setzen, konzentriert sich 3min auf professionell produzierte Formate in hoher Auflösung und verzichtet bewusst auf User generated Content. Viele deutsche Produktionsfirmen und internationale Studios haben begonnen, eigene Formate für die neuen Web-Sehgewohnheiten zu entwickeln. Um ein qualitativ hochwertiges Angebot zu schaffen, wird 3min neben der Lizenzierung geeigneter deutschsprachiger Webserien auch fremdsprachige Reihen synchronisieren und das Angebot stetig um weitere Inhalte erweitern. Als eines der ersten zukünftigen Highlights präsentiert 3min die preisgekrönte Surfer-Doku „**Riding Giants**“ exklusiv als Webserie in dreiminütigen Episoden.

Neue Wege geht 3min auch mit der innovativen Bedienoberfläche, die sowohl eine passive als auch eine aktive Nutzung ermöglicht. Sobald man die Startseite von 3min besucht, beginnt auf der „**Zeitleiste**“ eine automatisierte Clipauswahl, die dem Nutzer einen abwechslungsreichen Mix an Webserien bietet und zum Entspannen und zur Unterhaltung einlädt: einfach die vollformatige Ansicht wählen, sich zurücklehnen und genießen. Will man mehr von der gerade laufenden Serie sehen, ist es zudem möglich, auf die dahinter liegende Ebene zu wechseln und alle verfügbaren Episoden anzuschauen. Alternativ lassen sich über die Menüpunkte „Kategorien“ und „Überblick“ die Serien nach Themen und Interessensgebieten direkt und aktiv auswählen.

Webserien sind ein junges Medienformat, das sehr schnell wächst - hier positionieren sich die Macher von 3min als erstes deutsches Portal. Dass der Markt Potenzial hat, zeigen nicht nur die Zahlen zur Onlinenutzung in Deutschland. Eine von Frank N. Magid Associates in den USA durchgeführte Studie aus diesem Jahr bekräftigt diese Tendenz: Bereits die Hälfte der Befragten sieht mindestens einmal pro Woche ein Onlinevideo, jeder neunte Teilnehmer der Studie sogar täglich (2.000 Teilnehmer zwischen 12 und 64 Jahren). 28 Prozent derjenigen, die Onlinevideos sehen, geben an, dass sie dafür ihren TV-Konsum reduzieren. Inzwischen springen auch Markenartikler auf den Zug auf: Miller Beer, Google oder Unilever produzieren schon eigene Webserien. Wikipedia listet bereits über 150 meist englischsprachige Formate auf.

3min ist ein Produkt der Deutschen Telekom AG und wird in Berlin produziert. Die Finanzierung erfolgt ausschließlich durch Werbung. 3min möchte vor allem Schüler, Studenten und junge Erwachsene mit einer Affinität zu Online- und Mobile-Entertainment ansprechen.

3min-Pressekontakt:

Projekt-Blog: 3min.de/blog

Pressebüro 3min: Schröder+Schömbbs PR, Michael Hetzinger, michael@s-plus-s.com, 030-349 96 4-0

Deutsche Telekom AG, Nicole Fischer, nicole.fischer@telekom.de, Stralauer Allee 2b, 10245 Berlin