PRESSEMITTEILUNG

MEDIENTAGE München 2026 vom 21. bis 23. Oktober
Vertical made in Germany

EiLiN bringt Hochkant-Serien nach Deutschland

München, 22.10.2026 – Hochkant-Serien boomen weltweit. Dabei handelt es sich um fiktionale Mini-Produktionen, die speziell für das Smartphone im vertikalen 9:16-Format produziert werden. Mit großen Gefühlen, dramatischen Wendungen und Cliffhangern locken Streaming-Apps vor allem ein junges Publikum zu kostenpflichtigen Inhalten. Nun soll der Trend auch in Deutschland Fahrt aufnehmen: Mit EiLiN startet das Unternehmen Vertical Minds die erste vertikale Streamingplattform im deutschsprachigen Raum. Das kündigte Geschäftsführerin Sophie Werdin bei den MEDIENTAGEN München an.

In Asien und den USA sind die Micro Dramas bereits ein Milliardengeschäft. Für 2026 wird das weltweite Marktvolumen auf 14 Milliarden US-Dollar geschätzt. „In einer Zeit, in der die Aufmerksamkeitsspanne immer kürzer wird, laden die vertikalen Serien zum Bingen ein“, sagte Katharina Baer, Moderatorin und Senior Partner & Program Manager Video für TV & Streaming beim MedienNetzwerk Bayern. In Deutschland ist das Genre bislang kaum etabliert. Eine mögliche Erklärung: Das große Geschäft entsteht weniger durch einzelne Serien als durch ihre massenhafte Verbreitung. Dafür braucht es Plattformen mit Millionenreichweite – oder eigene Apps, die ein zahlendes Publikum an sich binden.

Hoffnung auf den neuen Trend

„Wir hoffen, dass das Genre mithilfe von EiLiN im deutschsprachigen Raum so gut ankommt wie in Asien und den USA“, sagte Werdin. Die Plattform setzt auf Serien, die vollständig im Hochkant-Format 9:16 produziert werden. Die einzelnen Episoden dauern häufig nur ein bis zwei Minuten und enden meist mit einem Cliffhanger, der zum unmittelbaren Weiterschauen animiert. Zum Start soll EiLiN zehn bis 15 Serien anbieten. Anschließend will Vertical Minds das Angebot ausbauen. Geplant sind Kooperationen mit der Creator-Branche und TV-Anbietern sowie der Zukauf von Stoffen bei Produktionsfirmen.

Beim Geschäftsmodell geht Vertical Minds einen anderen Weg als viele Anbieter in Asien und den USA, die einzelne Episoden über virtuelle Münzen abrechnen. EiLiN setzt dagegen auf ein monatliches Abonnement. „Die genaue Höhe haben wir noch nicht festgelegt, aber sie wird unter 15 Euro liegen“, erklärte Werdin die Preisgestaltung. Zum Start seien verschiedene Staffelpässe geplant. Weitere Erlöse sollen durch Werbung und die Integration von Marken in die Videos entstehen. Kostenlose Teaser-Folgen in sozialen Netzwerken sollen zum Auftakt auf das Angebot aufmerksam machen.

Auch klassische TV-Sender entdecken das Hochkant-Format

Der Vertical-Drama-Trend beschäftigt auch etablierte TV-Anbieter. RTLZwei startet noch in diesem Jahr einen Ableger seiner Reality-Serie „Berlin – Tag & Nacht“, eine der stärksten Streamingmarken im Senderportfolio. Geplant sind zunächst 60 Folgen im Hochkant-Format. „Für uns ist das ein Testballon“, sagte Thanh Do, Vice President Social Media Strategy bei RTLZwei. Verbreitet werden sollen die Episoden vor allem über TikTok, wo das TV-Programm bereits rund eine Million Follower erreicht. Auch YouTube, Facebook und

Instagram sind als Ausspielwege vorgesehen. „Es wird sehr spannend für uns, zu sehen, welche Plattform wie performt und ob das Genre bei unserer Community überhaupt funktioniert“, sagte Do. Ob die Folgen zusätzlich auf RTL+ zu sehen sein werden, sei noch Gegenstand interner Gespräche.

Neue Formate verlangen neue Erzählweisen

Inhaltlich dominieren bei Micro Dramas bislang Liebesgeschichten, große Gefühle und Beziehungskonflikte. Doch auch True Crime, Horror und Thriller gewinnen an Bedeutung. Werdin spricht deshalb inzwischen lieber von „Vertical Entertainment“ als von „Vertical Drama“. Mit der wachsenden Vielfalt steigen auch die Anforderungen an die Produktion. Denn Geschichten, die in ein oder zwei Minuten erzählt werden, folgen anderen Regeln als klassische Serien. „Bereits die ersten Sekunden müssen emotionale Höhepunkte liefern. Am Anfang sollte ein klar definierter Konflikt stehen, mit einer maximalen Fallhöhe, der die Zuschauenden sofort packt“, sagte Sonia Ben Salah, Head of Fiction bei Constantin Entertainment. Das Unternehmen hat am Standort Köln bereits mehrere Serien für die internationale Plattform Crisp Momentum produziert. Für den deutschen Markt entstand mit „Aminho – the Challenge“ zudem ein Branded-Entertainment-Format in Zusammenarbeit mit der Schuhmarke Skechers.

Die neue Erzählweise stellt auch die Drehbuchentwicklung vor Herausforderungen. Autor:innen, die es gewohnt sind, Geschichten über längere Zeiträume zu entwickeln, müssen umdenken. „Wer bereits im Bereich Scripted Reality aktiv ist, hat da einen leichteren Zugang“, erklärte Ben Salah. Ob sich Micro Dramas auch hierzulande zu einem Milliardengeschäft entwickeln, bleibt abzuwarten. Entscheidend wird sein, so urteilten die Expert:innen, ob es den Anbietern gelingt, aus kurzen Geschichten eine langfristige Bindung zum Publikum aufzubauen.