



/ DEZEMBER 2025 /



LOOPER
INSIGHTS

STREAMER OF THE MONTH



ÜBER LOOPER INSIGHTS

Looper Insights wurde 2017 in London von Lucas Bertrand gegründet und hat sich an die Spitze der Medien- und Unterhaltungsbranche als führende End-to-End-SaaS-Analyse-Lösung gesetzt. Das für seine herausragenden Leistungen anerkannte Unternehmen hat renommierte Auszeichnungen erhalten, darunter „Best in Class – Insights“ bei den BASE Awards 2023, „Best of Show – Winner“ auf der IBC 2023 und „Best Content Management Innovation in a SaaS Product“ bei den SaaS Awards 2024. Looper Insights ist stolzer Inhaber des weltweit einzigen Datensatzes, der akribisch jeden digitalen Inhalt auf allen wichtigen vernetzten TV-Geräten weltweit verfolgt und damit einen neuen Standard für Brancheninformationen setzt.

Durch die Zusammenarbeit mit Branchengrößen wie Amazon, Disney, NBCUniversal und Warner Bros. hat Looper Insights das Vertrauen von Hollywood-Studios, globalen Streaming-Plattformen und lokalen Sendeanstalten gewonnen. Die innovative Mischung aus Hardware- und Softwarelösungen des Unternehmens ermöglicht eine nahtlose Inhaltsanalyse über eine Reihe von vernetzten Geräten, von Smart-TVs bis hin zu Spielkonsolen.

In einer Branche, die Genauigkeit erfordert, steht Looper Insights als zuverlässiger Anbieter der fortschrittlichsten verfügbaren Einblicke da.

WAS IST DER „STREAMER OF THE MONTH“?

„Streamer of the Month“ ist Ihr monatlicher Überblick, der die neuesten Trends und Gewinner im Marketing auf den größten digitalen Storefronts aufzeigt. Er konzentriert sich auf die führenden internationalen Märkte für Rankings und umfasst auch globale Merchandising-Highlights.

Mit Fokus auf die wichtigsten globalen Märkte schlüsseln wir auf:

- Die Top-10-Apps für Entertainment-Streaming auf den wichtigsten Plattformen
- Die Top-10-Titel, die auf den wichtigsten Plattformen beworben werden
- Ihre Performance gemessen am Euro Media Placement Value™ (€MPV™)

Das Herzstück von „Streamer of the Month“ ist der MPV™ (Media Placement Value™), unsere proprietäre Sichtbarkeitsmetrik, die nicht nur quantifiziert, wo Inhalte erscheinen, sondern auch, wie prominent sie auf den Plattformen platziert sind. Damit messen wir den gewichteten „Share of Voice“ auf dem Bildschirm.

Der €MPV™ geht noch einen Schritt weiter. Er übersetzt die Sichtbarkeit auf dem Bildschirm in einen geschätzten Geldwert, indem er die Prominenz der Platzierung (MPV™-Wert), die Reichweite des Publikums (Impressionen, Gerätebasis) und branchenübliche CPM-Benchmarks (CPM = Cost per Mille/Tausenderkontaktpreis) berücksichtigt. Das Ergebnis ist eine standardisierte Bewertung der werblichen Präsenz Ihrer Inhalte – ob bezahlt oder organisch –, die einen genauen Vergleich der Wirkung in der gesamten Streaming-Landschaft ermöglicht.

Für Streamer, Studios, Plattformen und Sender bedeutet dies die Möglichkeit, die Leistung zu vergleichen, Platzierungsstrategien zu optimieren und den wahren Wert der Sichtbarkeit über CTV, Mobilgeräte, Spielkonsolen und darüber hinaus zu erschließen.

Jede Ausgabe beleuchtet herausragende Marketingstrategien, außergewöhnliche Werbeausführungen und wichtige Branchenentwicklungen in den USA und auf internationalen Märkten und bietet einen prägnanten Überblick auf Führungsebene darüber, wer bei der Bewerbung digitaler Inhalte gewinnt.

DER SPITZENREITER

Wir haben die Top-10-Geräte in Deutschland analysiert, um herauszufinden, wer sich die besten Werbeplätze sichert.*

STREAMER OF THE MONTH

/ TOP 10 TITEL /

POSITION	TITEL	APP	€MPV™ -SCORE
1	Stromberg		1.048.671 €
2	Pluribus		936.934 €
3	Smillas Gespür für Schnee		929.784 €
4	Fallout		838.018 €
5	Remnick		754.511 €
6	Kevin - Allein zu Haus		736.980 €
7	Tatort		630.063 €
8	Mr. Bean: Die Cartoon-Serie		612.975 €
9	Mistletoe Murders		606.436 €
10	The Walking Dead: Daryl Dixon		569.115 €

STREAMER OF THE MONTH

/ TOP 10 APPS /

POSITION	APP	€MPV™ -SCORE
1		45.239.345 €
2		20.033.624 €
3		18.620.284 €
4		17.331.635 €
5		13.438.683 €
6		12.454.448 €
7		12.110.136 €
8		11.703.787 €
9		9.851.515 €
10		9.576.304 €

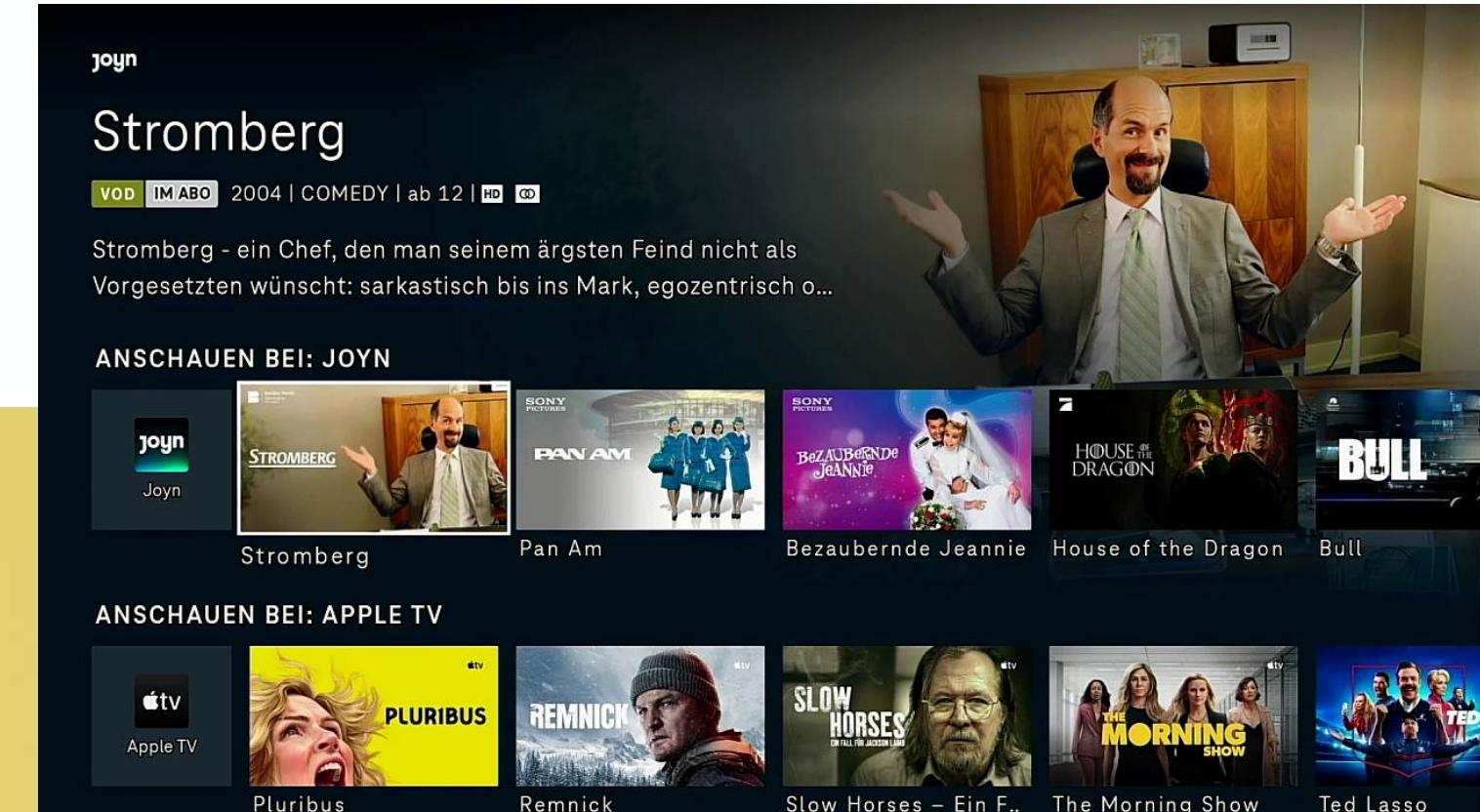
* Apple TV, Deutsche Telekom, Fire TV, Google TV, Hisense Vidaa TV, LG TV, PS4, Roku, Samsung und Sky Q

TOP-TITEL DES MONATS

- „Stromberg“ war auch im Dezember weiterhin der Top-Titel für Joyn in Deutschland und erzielte über 1 Mio. € an €MPV™. Dies zeigt, dass Kataloginhalte (Library Content) nach wie vor ein großes Publikum anziehen können, insbesondere während der zuschauerstarken Zeit im Dezember.
- Auch weihnachtliche Inhalte waren ein wahrer Publikumsmagnet: „Kevin – Allein zu Haus“ von Disney+ und „Mistletoe Murders“ von MagentaTV schafften es ebenfalls in die Top Ten, mit einem kombinierten €MPV™ von 1,3 Mio. €.
- **Aktuelles:** Laut „[Broadband TV News](#)“ hat ein deutsches Gericht entschieden, dass Amazon Prime Video rechtswidrig Werbung in seinen Dienst eingeführt hat, ohne die ausdrückliche Zustimmung der bestehenden Abonnenten einzuholen. Das Gericht befand, dass die einseitige Änderung der Bedingungen zur Einführung von Werbung – während gleichzeitig ein Aufpreis für ein werbefreies Erlebnis verlangt wurde – irreführend war und es an einer Rechtsgrundlage fehlte, was einen bedeutenden Sieg für Verbraucherschutzgruppen darstellt.



Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE



Fire TV DE

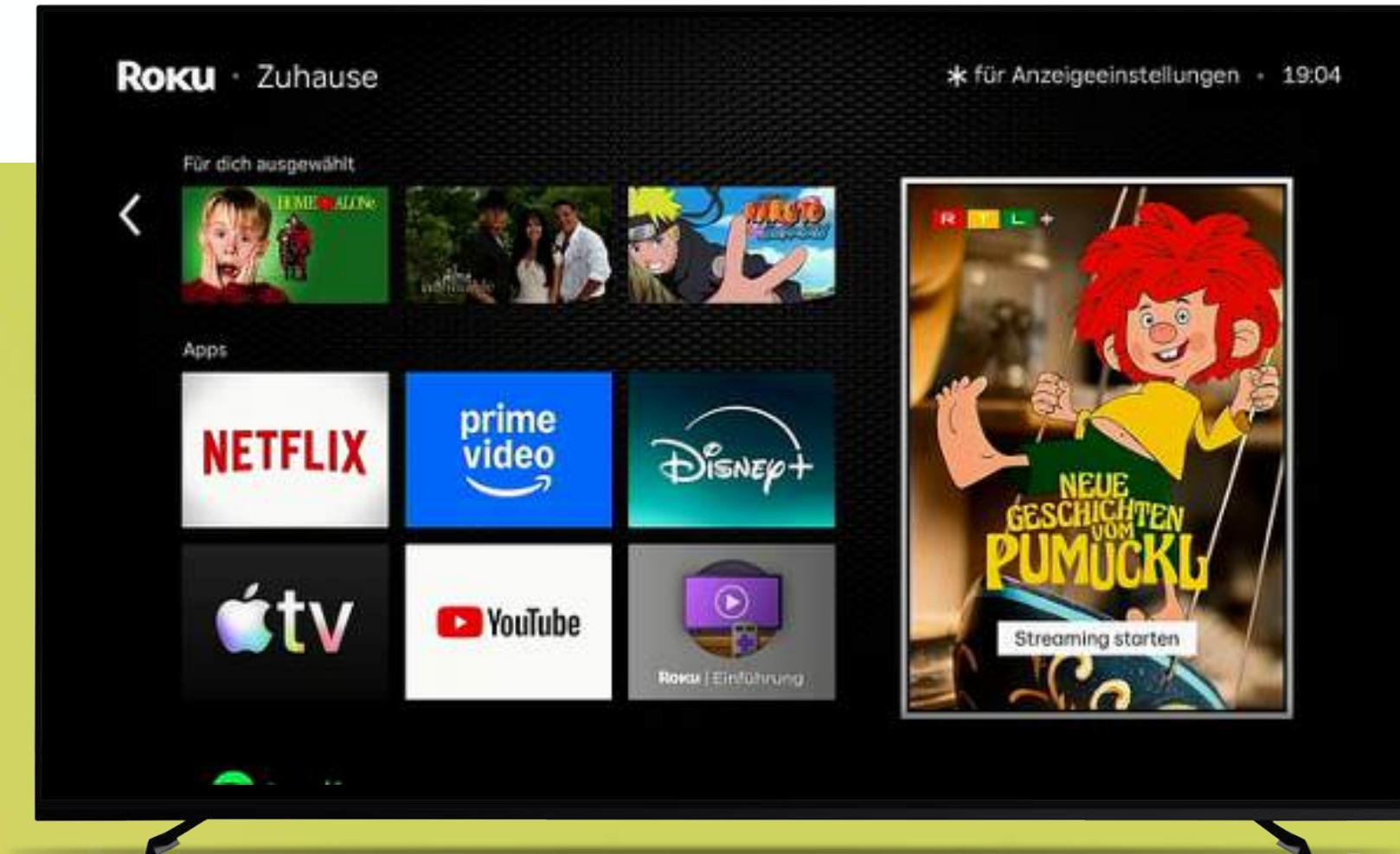
JINGLES, FREUDE UND STREAMING-MAGIE



Fire TV DE



Deutsche Telekom DE



LG TV (2022) DE

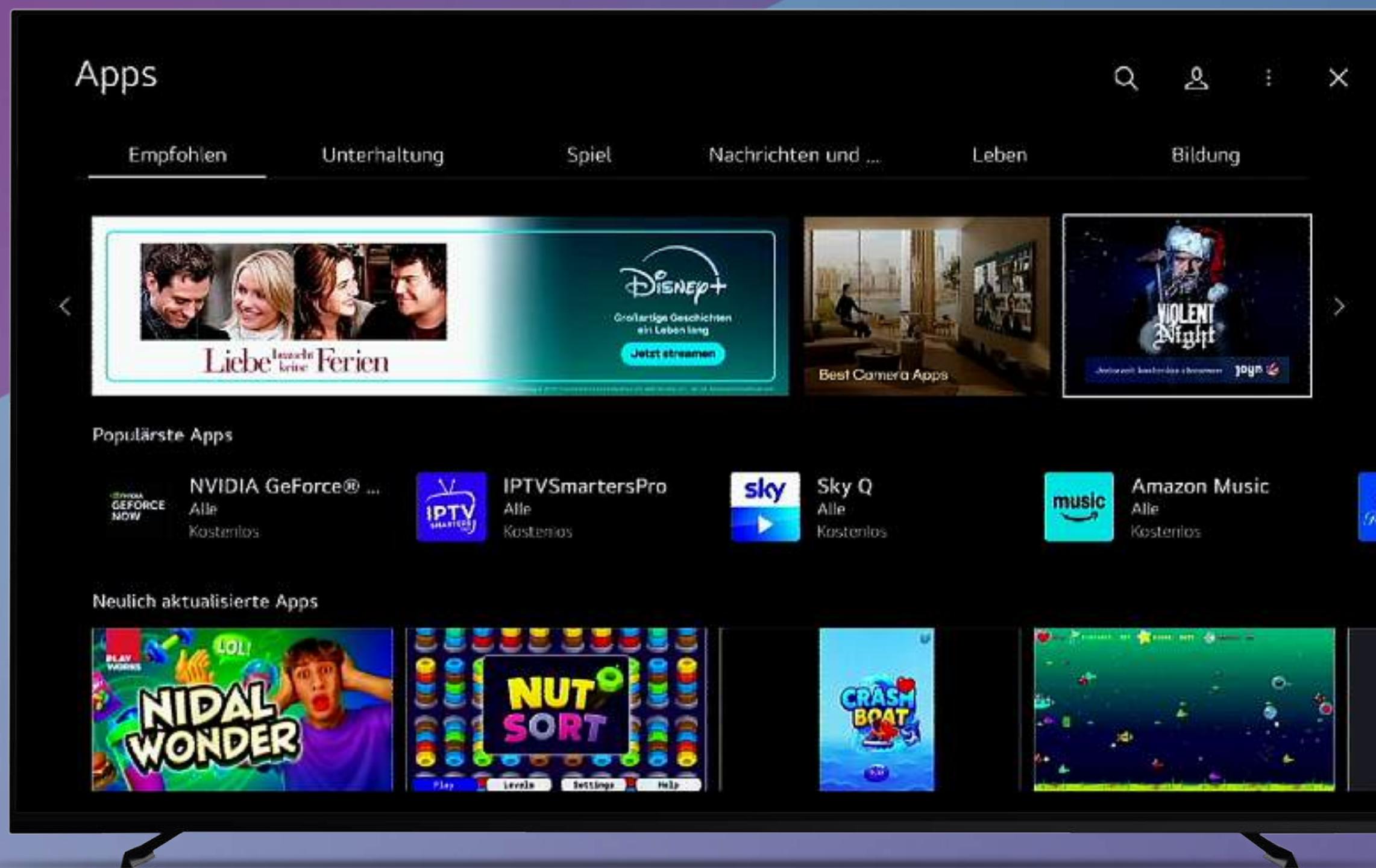


Der Dezember brachte den deutschen Zuschauern eine Schlittenladung voll festlicher Stimmung und begeisterte Familien mit Feiertagsklassikern sowie herzerwärmenden saisonalen Highlights. ZDF sorgte mit „Single Bells – Only Losers for Annie“ auf Fire TV für ordentlich Weihnachtsstimmung, während „Neue Geschichten vom Pumuckl“ auf RTL+ prominente Plätze auf Roku und der Deutschen Telekom einnahm und überall Weihnachtsfreude verbreitete. Disney+ sorgte mit „Liebe braucht keine Ferien“ für einen Hauch von Romantik und glänzte in Banner-Platzierungen auf LG TV, während Apple TV die Saison mit „Die Peanuts: Fröhliche Weihnachten“ auf der PS4 abrundete und so jedem ein frohes und strahlendes Streaming-Fest bescherte.

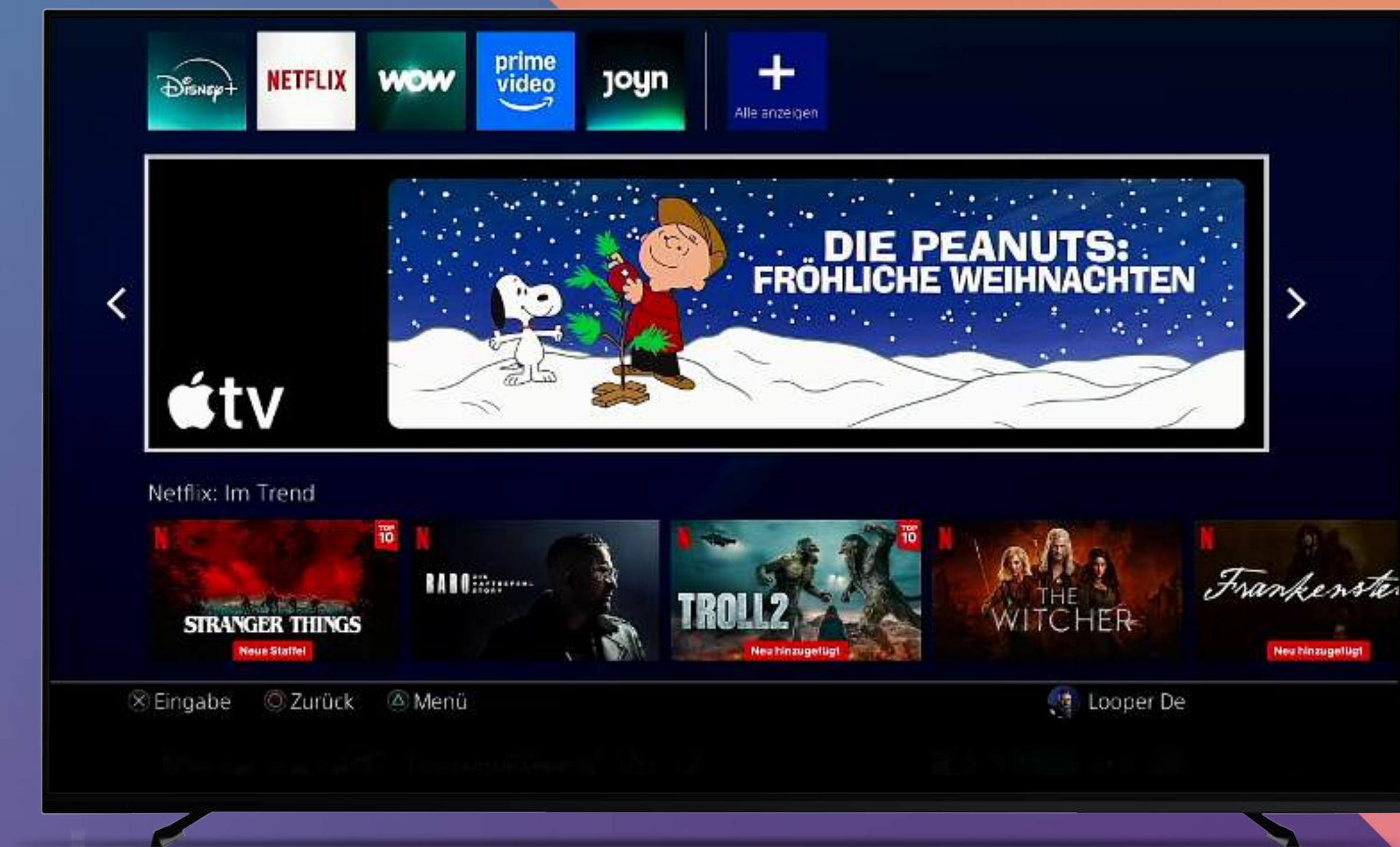


Aktuelles: Laut „[Broadband TV News](#)“ hat Sky Deutschland seine Partnerschaft mit Amazon erweitert, indem das „WOW Filme & Serien“-Abonnement ab sofort als Add-on-Kanal direkt in der Prime Video App verfügbar ist. Diese Integration ermöglicht es Amazon-Kunden, auf Premium-Serien und Blockbuster-Filme von HBO, NBCUniversal und Sky Originals zuzugreifen, ohne eine separate App herunterladen oder eine zusätzliche Kontoregistrierung durchführen zu müssen.

JINGLES, FREUDE UND STREAMING-MAGIE



LG TV (2022) DE



PS4 DE

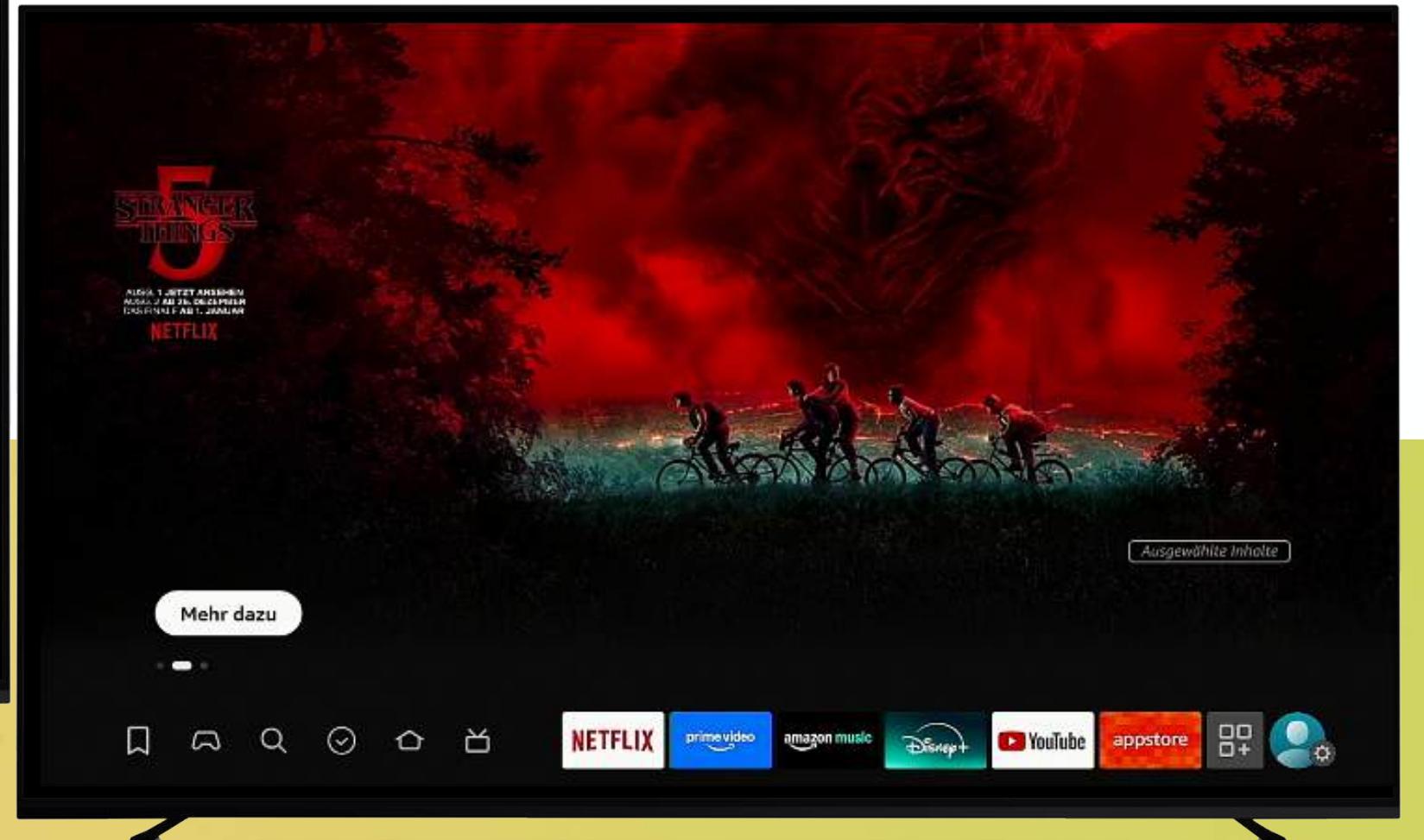
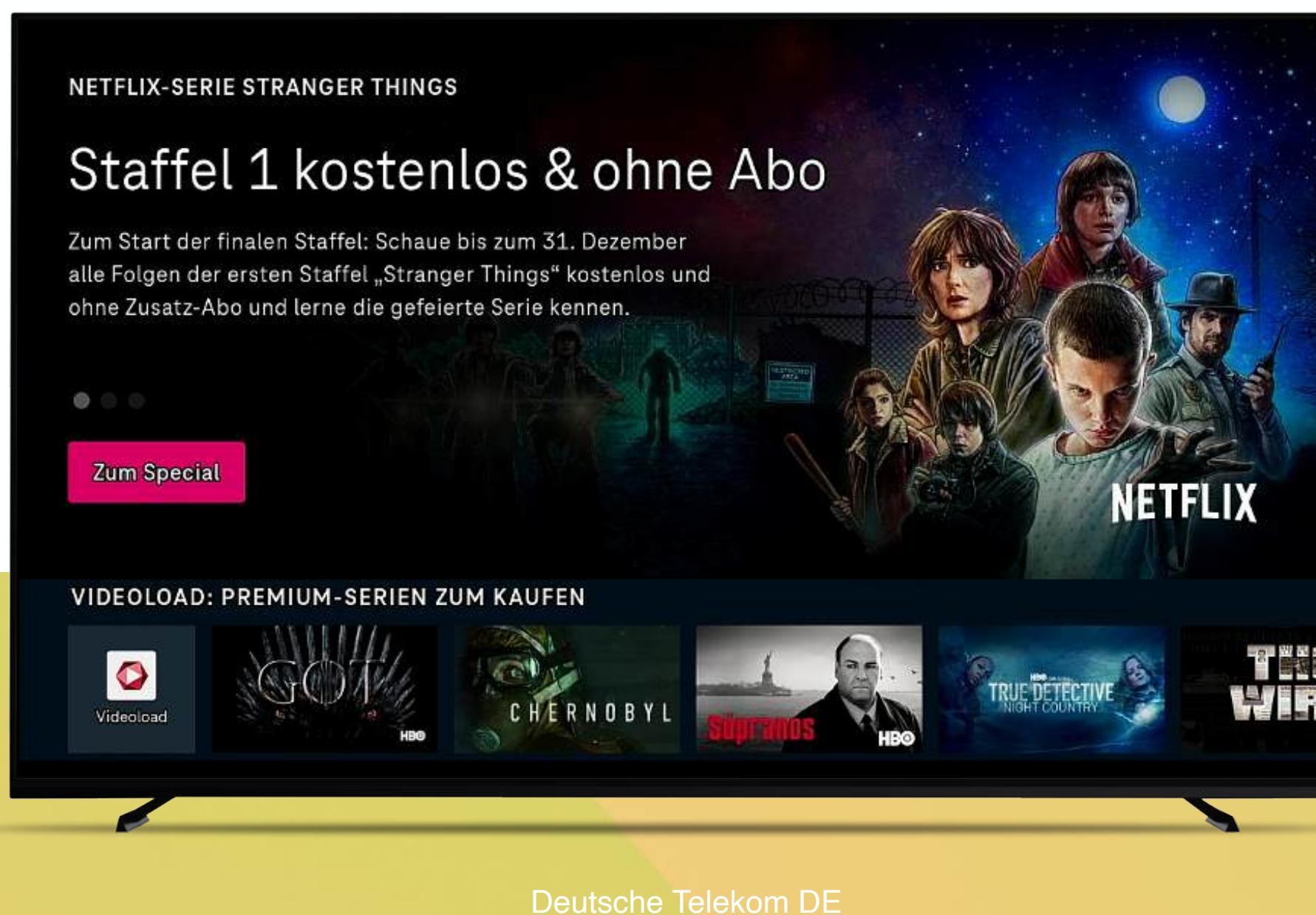
STRANGER THINGS ERROBERT DEUTSCHLAND



„Stranger Things“ von Netflix setzte seinen Siegeszug um die Welt fort, und Deutschland befand sich mittendrin im „Upside Down“. Die Serie erhielt herausragende Platzierungen auf Fire TV und der PS5, aber es war die Aktion der Deutschen Telekom, die wirklich für Aufsehen sorgte: Zuschauer konnten kostenlos in die erste Staffel eintauchen, ganz ohne Abonnement. Dies lockte eine neue Welle von Fans an, rechtzeitig zum epischen Finale ein Abo abzuschließen. Mit jedem erreichten Bildschirm wuchs der Hype wie Vecnas Schatten, der sich über Hawkins ausbreitete ... oder in diesem Fall über ganz Deutschland.



Aktuelles: Laut „[Broadband TV News](#)“ hat die Deutsche Telekom ihre MagentaTV-App auf Hisense Smart-TVs mit dem VIDAA-Betriebssystem veröffentlicht und bietet Nutzern damit direkten Zugriff auf Live-TV und Streaming-Dienste. Diese Partnerschaft ist strategisch auf die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026 ausgerichtet, um sicherzustellen, dass Hisense-Besitzer in Deutschland alle Turnierspiele exklusiv über die integrierte App verfolgen können.

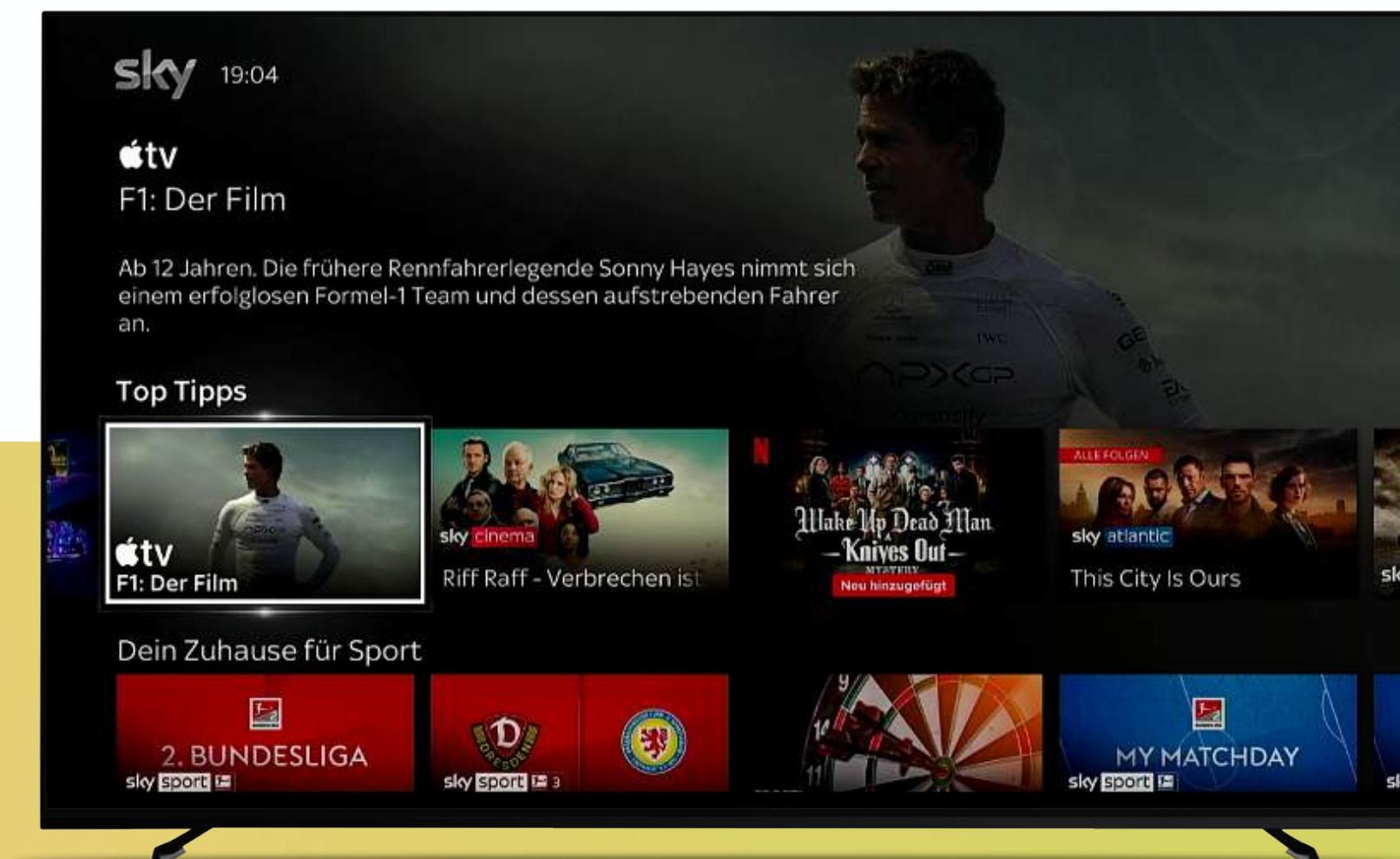


MAXIMALE SICHTBARKEIT MIT VOLLGAS

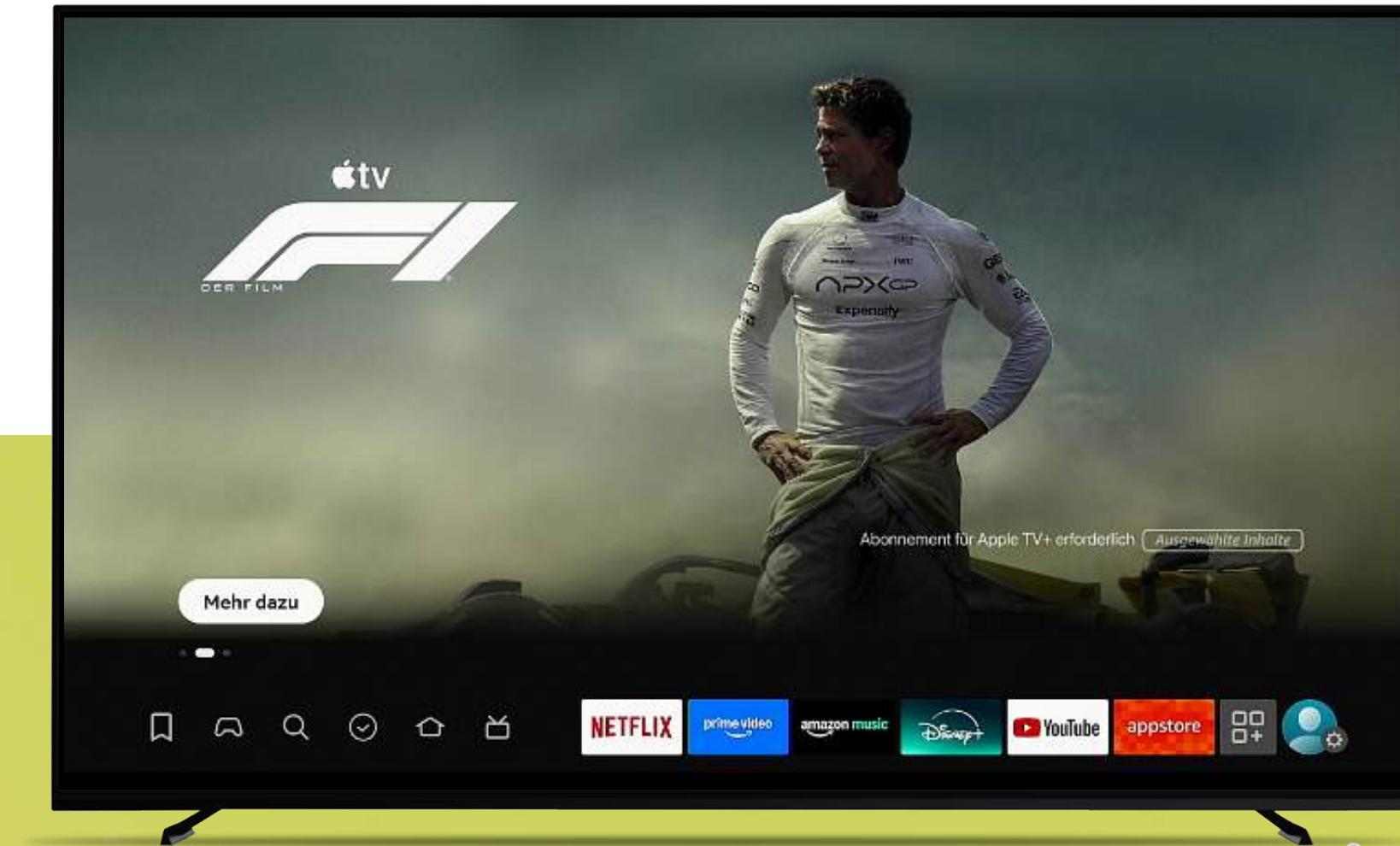
- Apple TV gab im Dezember ordentlich Vollgas, als „F1: Der Film“ in ganz Deutschland mit herausragender Sichtbarkeit an den Start ging. Das Highspeed-Spektakel sicherte sich Premium-Platzierungen auf Apple TV und holte sich gleichzeitig die Pole-Position auf Sky Q und Fire TV. So dominierte der Film landesweit die Bildschirme und fesselte das Publikum vom Erlöschen der Startampel bis zur schwarz-weiß karierten Flagge. 🏁
- **Aktuelles:** Laut „[Broadband TV News](#)“ haben deutsche Behörden koordinierte Razzien in drei Bundesländern durchgeführt, um ein organisiertes Piraterie-Netzwerk zu zerschlagen, dem großflächiges Card-Sharing und illegaler IPTV-Vertrieb vorgeworfen wird. Die Ermittlungen richteten sich gegen vier Verdächtige, die den Rechteinhabern mutmaßlich Schäden im mittleren sechsstelligen Bereich verursacht haben, und führten zur Beschlagnahmung von Servern sowie zur sofortigen Abschaltung illegaler Streaming-Dienste.



Apple TV DE



Sky Q DE



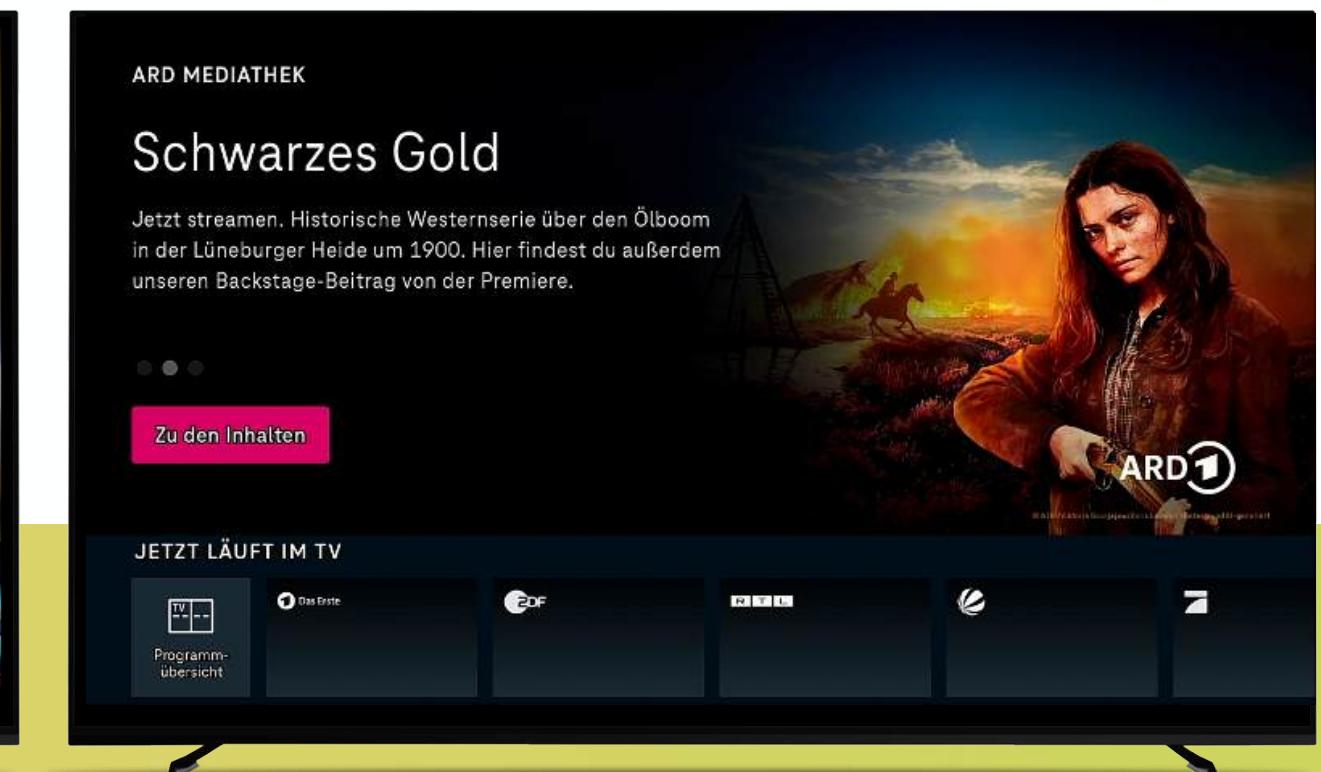
Fire TV DE

LOKALE GESCHICHTEN, GROSSE WIRKUNG



Zum Abschluss des Dezembers rückte die Deutsche Telekom die Stärke des lokalen Storytellings ins Rampenlicht und verschaffte einer Reihe von deutschen und lokal relevanten Streaming-Diensten herausragende Präsenz. Titel wie Joyns „Forsthaus Rampensau“, MagentaTVs „The Responder“ sowie „Schwarzes Gold“ und „Terror. Fußball. Paris 2015“ aus der ARD Mediathek standen im Mittelpunkt. Dies unterstreicht, wie entscheidend ein starkes, lokales Programmangebot weiterhin ist, um die Aufmerksamkeit des deutschen Publikums zu gewinnen und langfristig zu binden.

Aktuelles: Laut „[Broadband TV News](#)“ ist die Deutsche Telekom in den Markt für FAST-Channels eingestiegen, indem sie ihre MagentaTV-Plattform um vier werbefinanzierte Sender von Mainstream Media erweitert hat, darunter „KultKrimi“ und „World of Freesports“. Dieser Start markiert den Beginn einer umfassenderen Inhaltsstrategie für die Telekom, die plant, ihr Portfolio im Laufe des Jahres 2026 auf bis zu 40 kostenlose, werbefinanzierte Sender auszubauen.





LOOPER INSIGHTS

hello@loopersights.com
loopersights.com

