

/ JANUAR 2026 /



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	Fallout	prime video	1.089.826 €
2	The Rainmaker	MAGENTA TV	1.049.472 €
3	Stromberg	joyn	971.518 €
4	Der Tiger	prime video	965.167 €
5	Temptation Island VIP	RTL +	885.278 €
6	Peaky Blinders	NETFLIX	827.950 €
7	Bundesliga	WOW	768.898 €
8	Pluribus	Apple TV	761.571 €
9	Herr Raue reist! So schmeckt die Welt	MAGENTA TV	755.605 €
10	Peppa Wutz	RTL +	752.458 €

STREAMER OF THE MONTH
/ TOP 10 APPS /

POSITION	APP	€MPV™ -SCORE
1	prime video	45.721.260 €
2	joyn	19.257.659 €
3	RTL +	19.054.760 €
4	2DFmediathek	17.005.864 €
5	Disney+	15.453.183 €
6	ARD 1 Mediathek	12.258.824 €
7	WOW	12.178.958 €
8	pluto tv	9.846.291 €
9	Apple TV	9.526.136 €
10	NETFLIX	8.732.339 €

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

TOP-TITEL DES MONATS



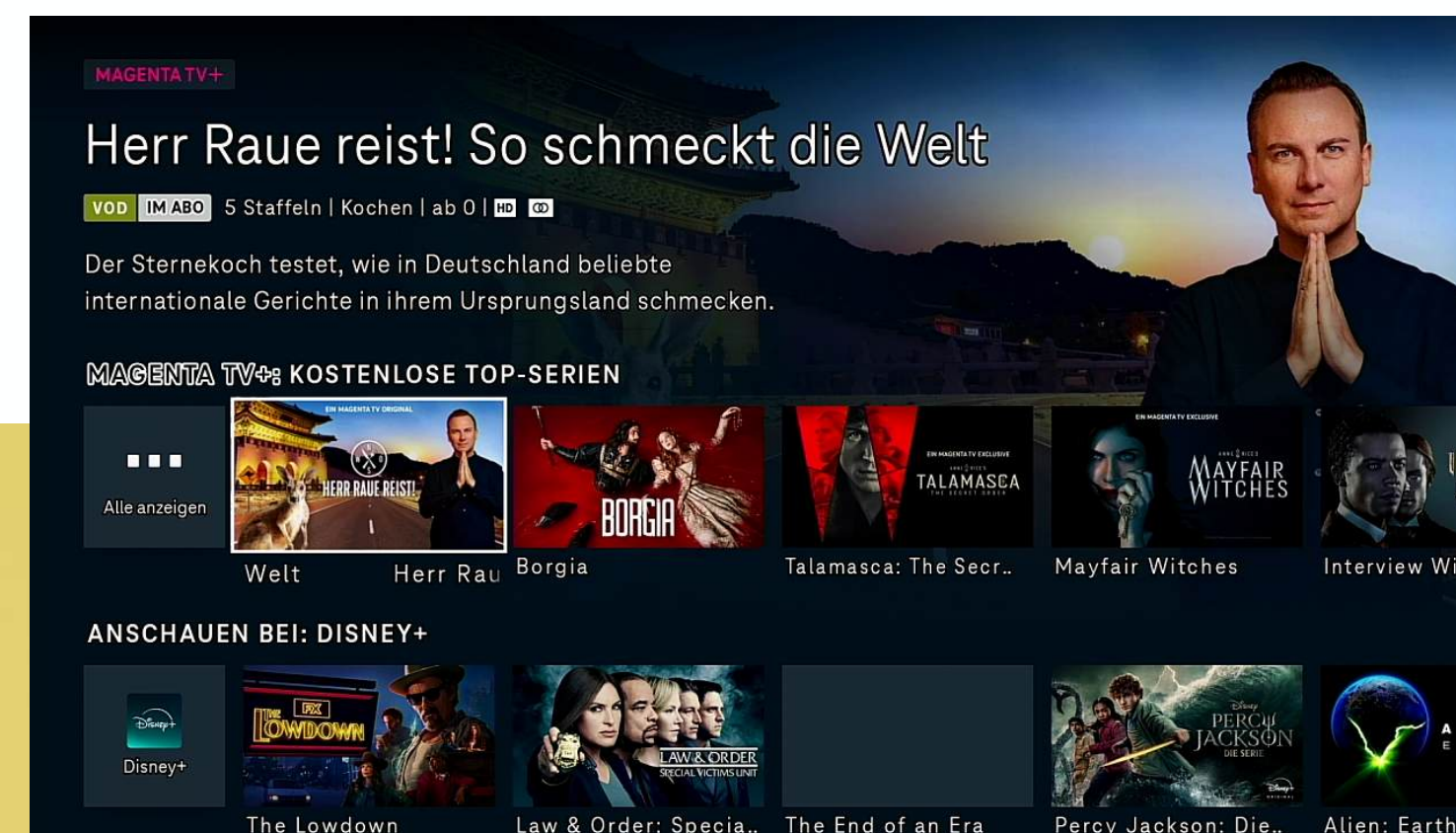
„Fallout“ von Prime Video ging im Januar als klarer Spitzenreiter hervor und führte den Monat mit einem beeindruckenden €MPV™-Score von über 1 Mio. € an. Dicht dahinter folgte „The Rainmaker“ von Magenta TV, das den ersten Platz nur um 40.000 € verpasste. Neben den Top-Titeln zeigten lokale Inhalte im gesamten Ranking eine starke Präsenz: „Stromberg“, „Der Tiger“ und „Herr Raue reist! So schmeckt die Welt“ landeten alle in den Top Ten. Sport rundete den Mix ab, da die Berichterstattung über die „Bundesliga“ die Anziehungskraft heimischer Programme weiter untermauerte. Zusammengenommen unterstrichen die Ergebnisse einen Monat, in dem globale Blockbuster, lokale Favoriten und Live-Sport gemeinsam die deutsche Werbelandschaft prägten.



Aktuelles: „[Broadband TV News](#)“ berichtet, dass ProSiebenSat.1 und die Deutsche Telekom eine langfristige Vereinbarung unterzeichnet haben, um ihre Partnerschaft durch die Integration des Streaming-Dienstes Joyn in die MagentaTV-Plattform zu vertiefen. Neben der Sicherstellung der fortlaufenden Verbreitung aller Linear- und Pay-TV-Sender erweitert die Vereinbarung ihre Zusammenarbeit im Bereich Addressable TV (zielgerichtete Werbung) und ermöglicht es Telekom-Kunden, Joyn Plus+ direkt zu einem vergünstigten Preis zu abonnieren.



Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE



Samsung TV (2022) DE

ZURÜCK IM SCHATTEN



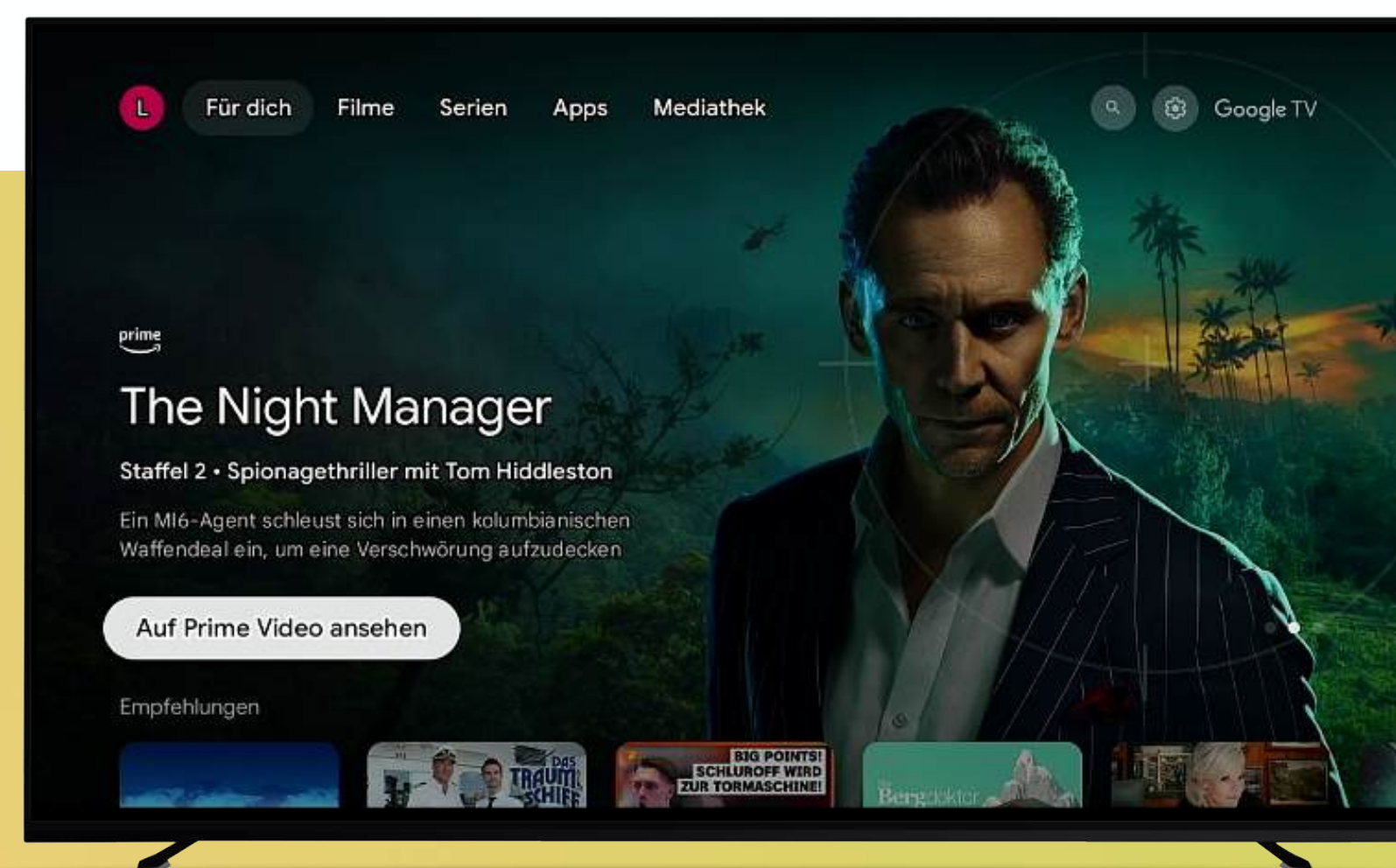
„The Night Manager“ kehrte diesen Januar bei Prime Video aus dem Schatten zurück- mit einem Launch, der darauf ausgelegt war, Aufmerksamkeit zu erregen, ohne dabei ein Geräusch zu machen. In ganz Deutschland sicherte sich die Serie eine herausragende Sichtbarkeit auf Google TV, Fire TV und der PS4 und stellte so im Stillen sicher, dass die Zuschauer genau wussten, wo sie die lang ersehnte Fortsetzung dieses hochkarätigen Dramas finden können. Dieser Schachzug spiegelte einen präzisen, kontrollierten Rollout wider – passend zu einer Serie, in der Strategie, Geheimhaltung und Timing alles sind.



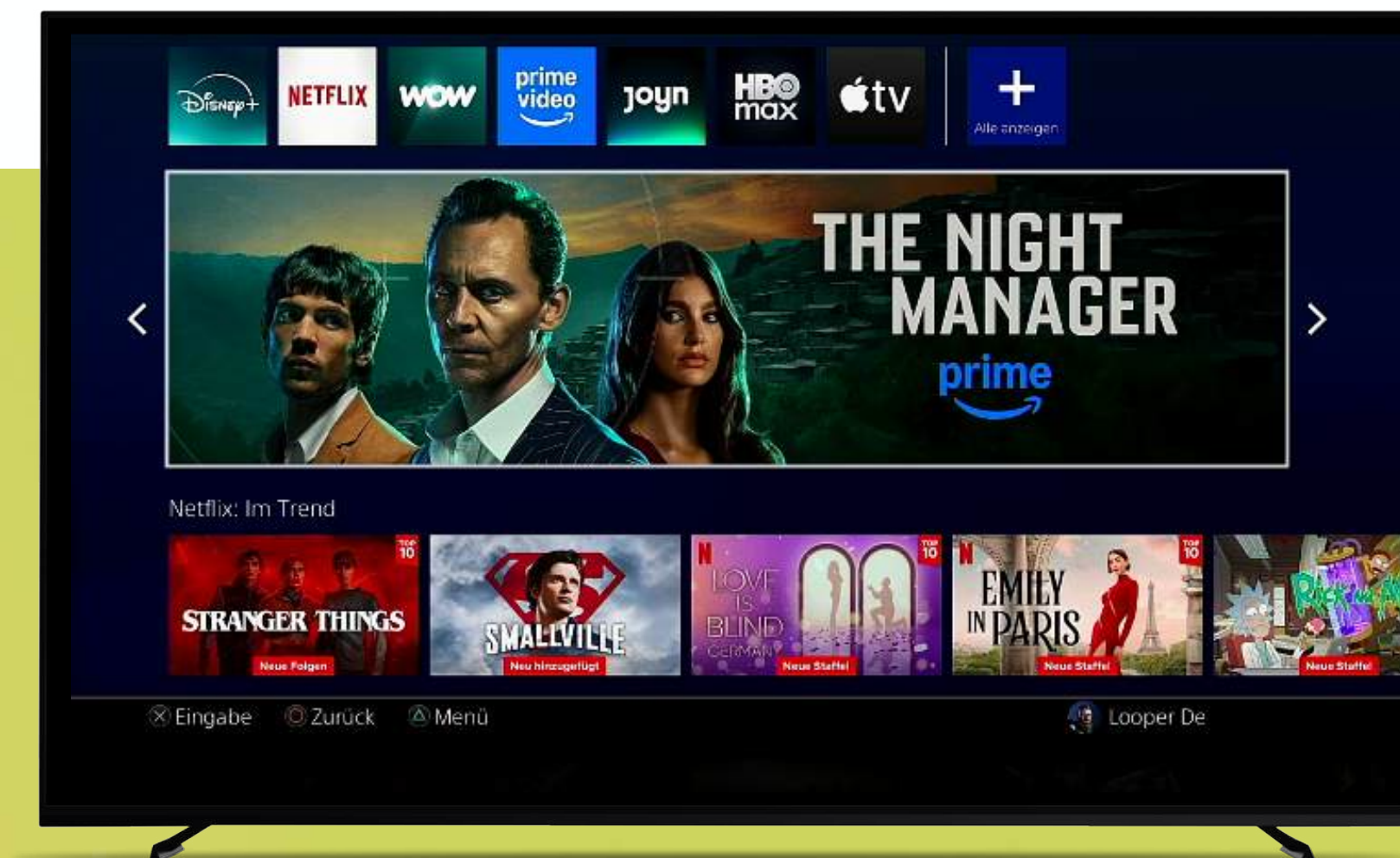
Aktuelles: Laut „[Broadband TV News](#)“ hat der österreichische Anbieter Big Blue Marble Group seine White-Label-Plattform „TV-as-a-Service“ in Deutschland eingeführt und bietet damit eine vollständig verwaltete IPTV-Lösung für regionale und nationale Betreiber an. Die skalierbare Plattform ermöglicht es Anbietern, ein konsolidiertes Erlebnis aus Live-TV, Catch-up und den wichtigsten Streaming-Apps anzubieten, ohne in eine eigene Infrastruktur investieren zu müssen.



Fire TV DE



Google TV DE



PS4 DE

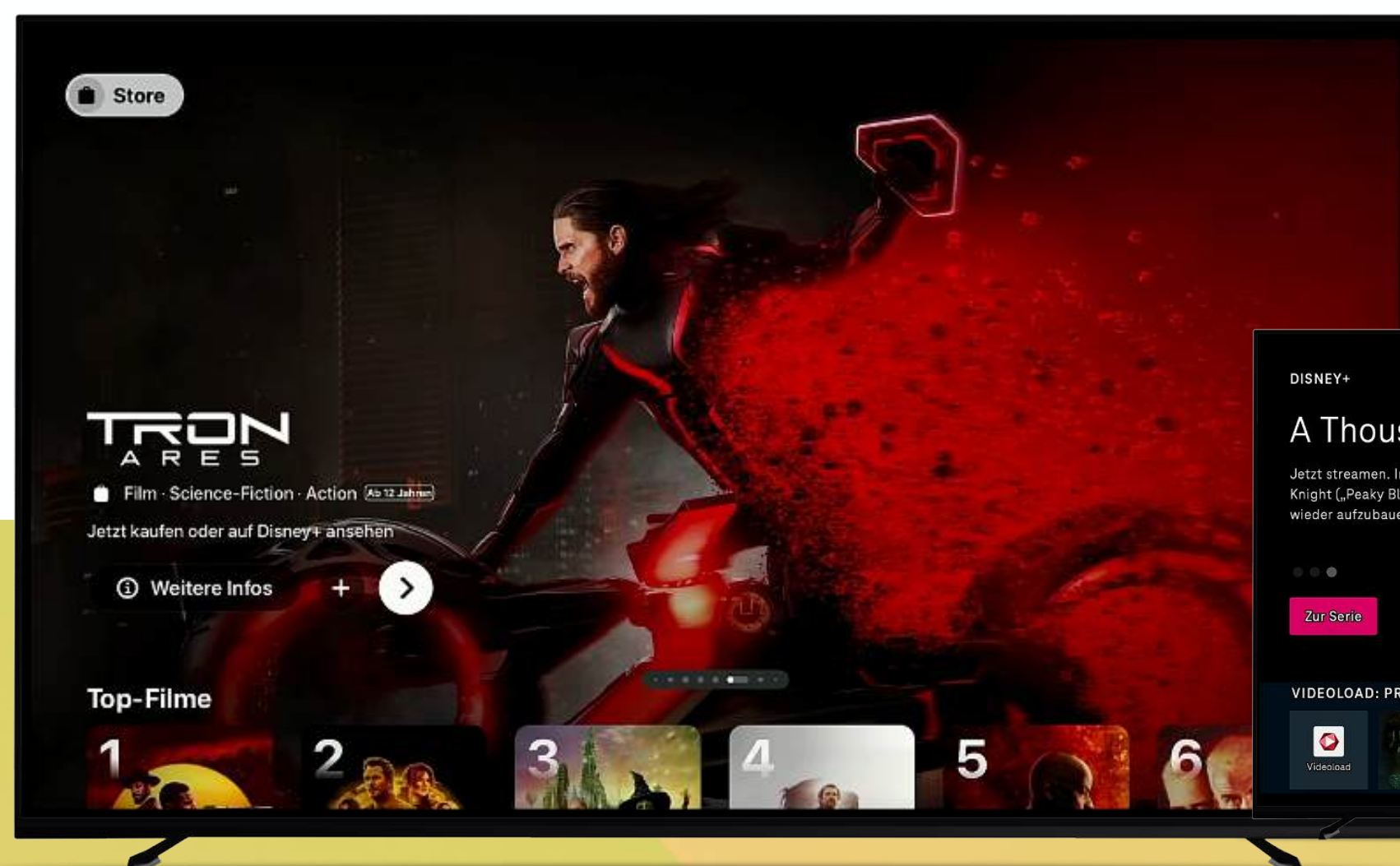
VON NEON-FUTURISMUS ZU UNGESCHÖNTEM DRAMA



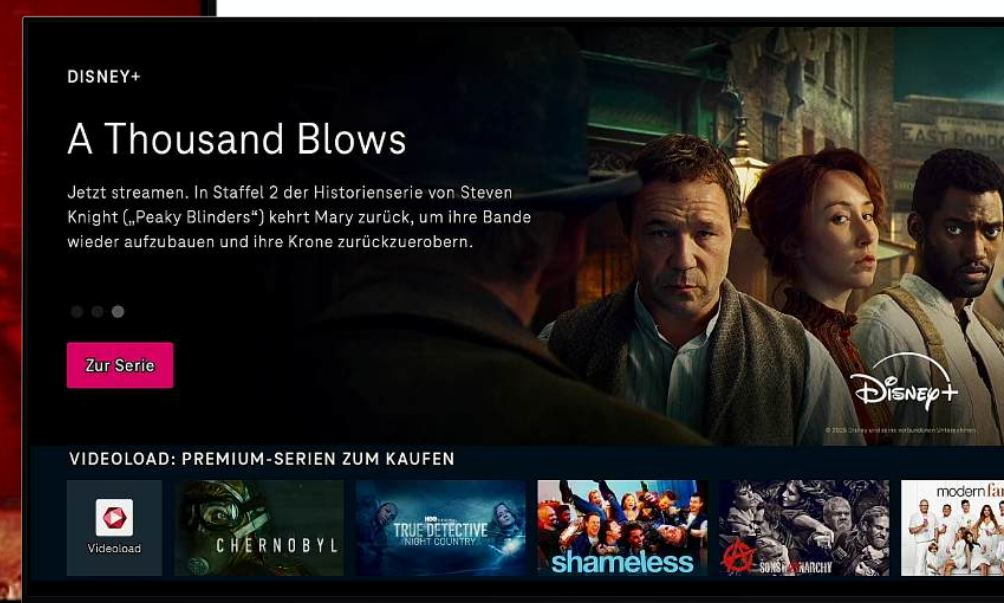
Disney+ brachte vernetzte Geräte den ganzen Monat über zum Leuchten und lieferte eine herausragende Serie von Content-Platzierungen, die der Bandbreite seines Programmangebots entsprach. „Tron: Ares“ stürmte mit kühner, wirkungsvoller Sichtbarkeit auf Apple TV, während die emotionale Anziehungskraft von „Tell Me Lies“ und das knallharte Drama von „A Thousand Blows“ eine starke Reichweite über die Deutsche Telekom sicherstellten. Abgerundet wurde der Mix durch „Are You Sure?!\“, das eine leichtere, von Neugier getriebene Energie auf Samsung TV brachte. Zusammengenommen stellten die Platzierungen die Fähigkeit von Disney+ unter Beweis, flexibel über Genres und Stimmungen hinweg zu agieren und gezielte Sichtbarkeit zu nutzen, um sicherzustellen, dass jeder Titel seinen Moment auf dem Startbildschirm fand.



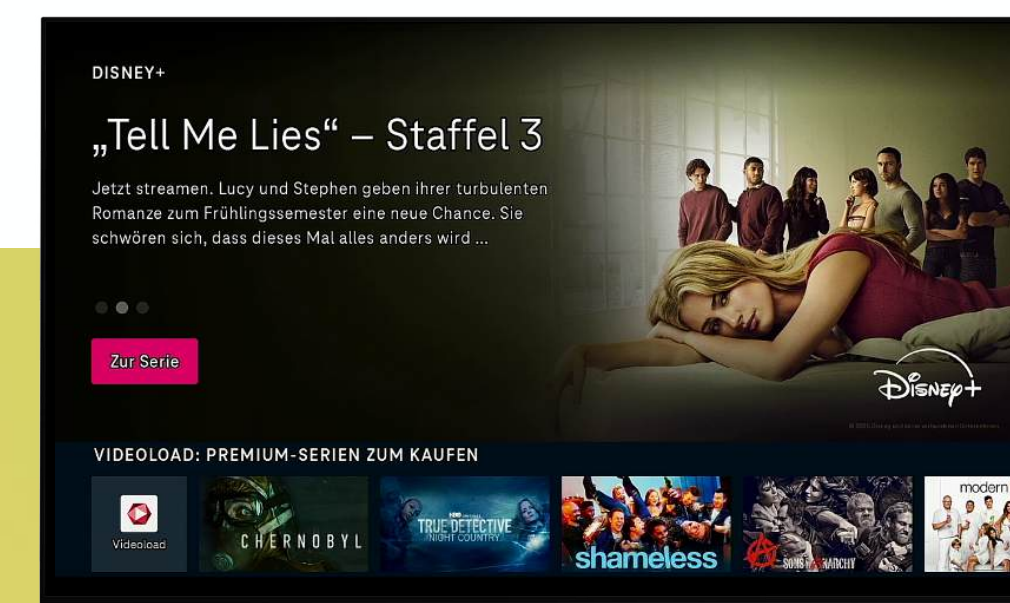
Aktuelles: „[Broadband TV News](#)“ berichtet, dass der deutsche Streaming-Dienst waipu.tv seine App auf Titan OS veröffentlicht hat. Dies ermöglicht den direkten Zugriff auf über 300 Sender auf kompatiblen Smart-TVs, ohne dass zusätzliche Hardware benötigt wird. Diese Integration folgt auf ähnliche Vereinbarungen mit VIDAA und TiVo, wodurch die Reichweite der Plattform auf dem deutschen Connected-TV-Markt weiter ausgebaut und die Einstiegshürden für Zuschauer gesenkt werden.



Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE



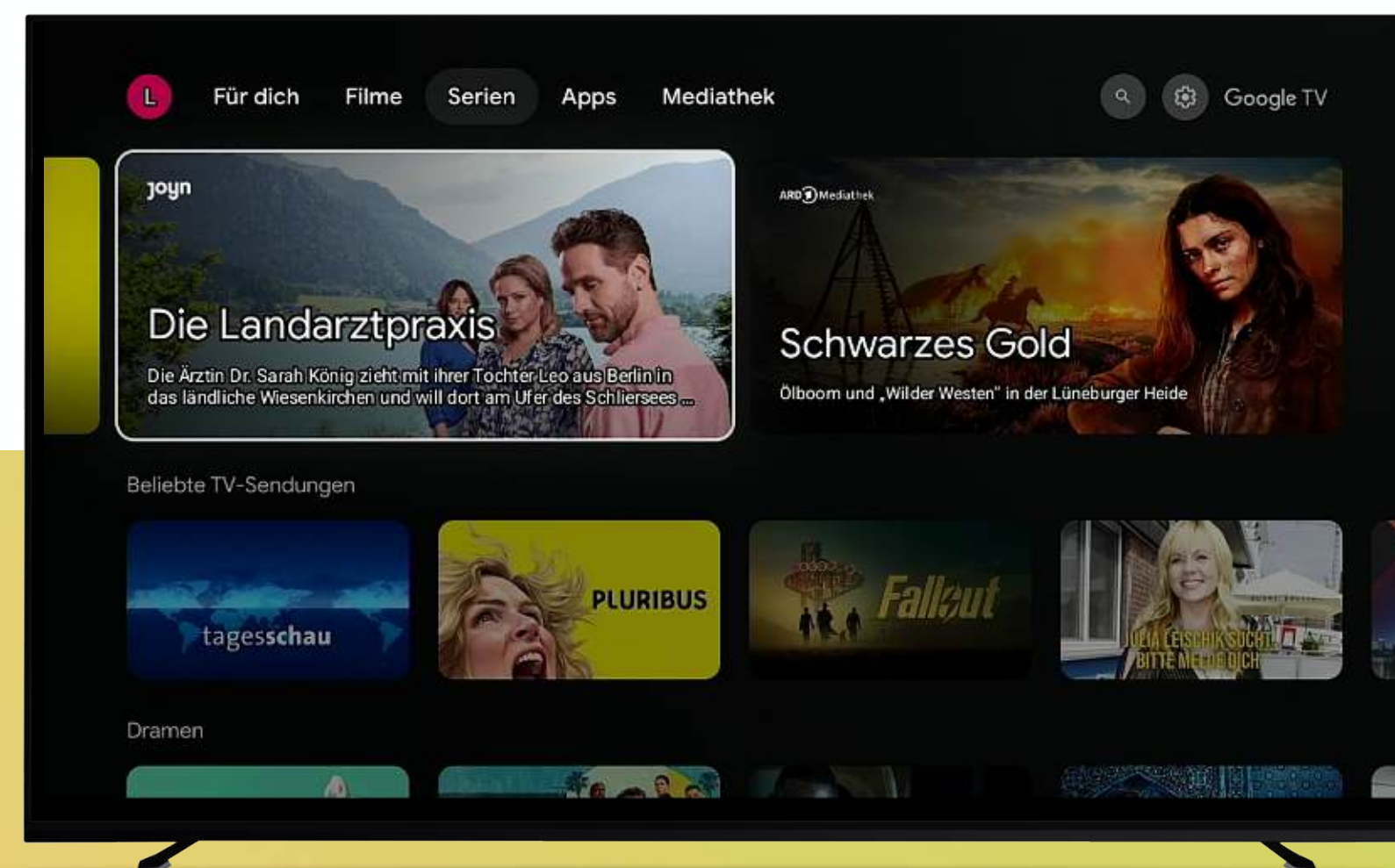
Samsung TV (2022) DE

LOKALE INHALTE, GROSSE WIRKUNG

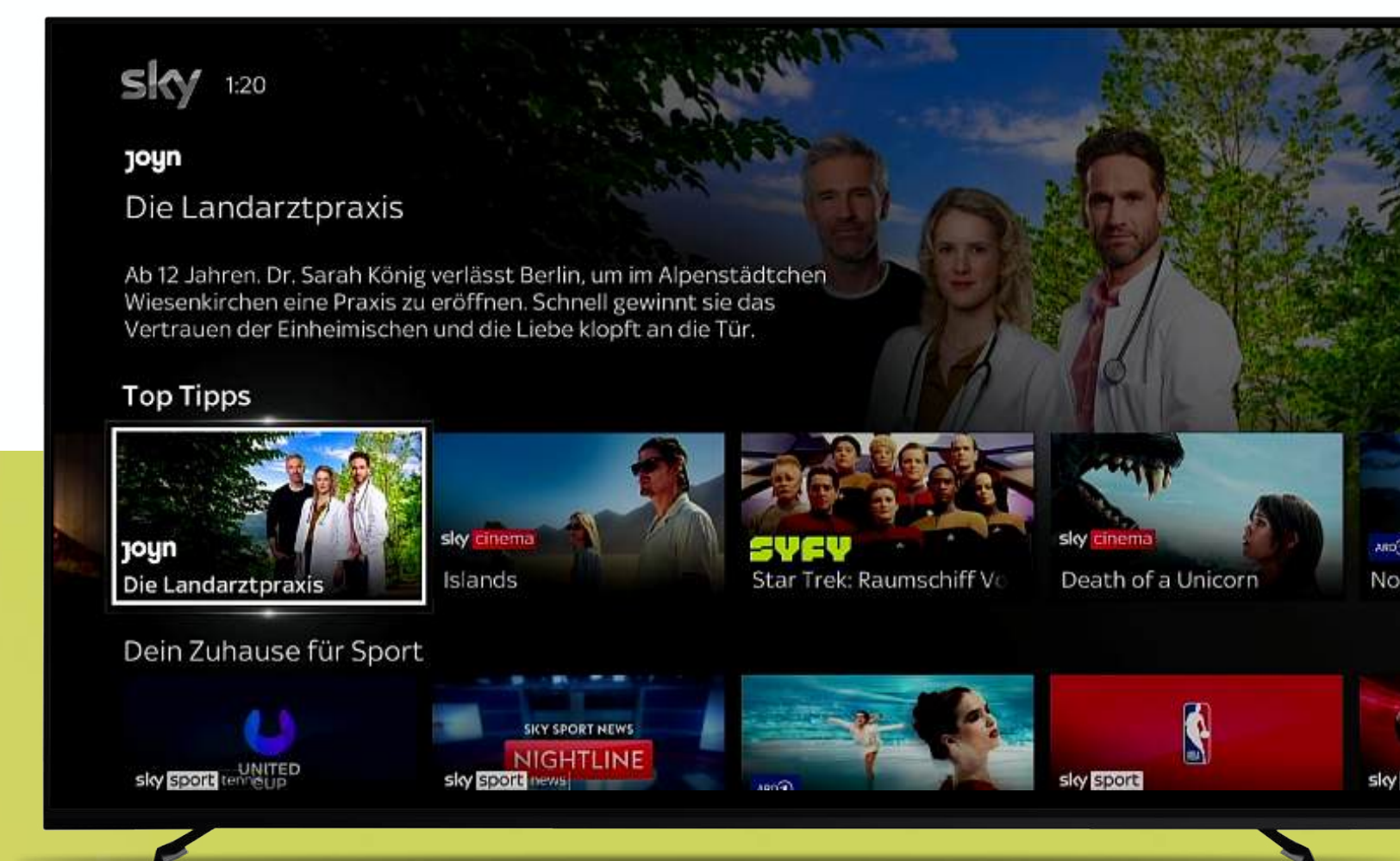
- Lokales Storytelling rückte im Januar in den Mittelpunkt, wobei die Plattformen verstärkt auf heimische Inhalte setzten, um Relevanz und Auffindbarkeit zu fördern. Joyns „Die Landarztpraxis“ sicherte sich prominente Platzierungen auf Sky Q, Google TV und bei der Deutschen Telekom, was die Anziehungskraft bekannter Gesichter und Schauplätze unterstrich. Prime Video zog nach und verschaffte dem deutschsprachigen Film „Der Tiger“ starke werbliche Sichtbarkeit, während auch „Joko & Klaas gegen ProSieben“ bemerkenswerte Präsenz bei der Deutschen Telekom beanspruchte. Zusammengekommen verdeutlichten die Platzierungen, dass lokal verwurzelte Titel weiterhin ein wirkungsvolles Instrument sind, um Aufmerksamkeit zu erregen und die Zuschauer auf dem Connected-TV-Markt zu erreichen.
- Aktuelles:** „[Broadband TV News](#)“ berichtet, dass Mainstream Media und ZDF Studios eine neue mehrjährige Vereinbarung unterzeichnet haben, um die Pay-TV-Sender Heimatkanal und Romance TV weiterhin mit quotenstarken Fiction-Inhalten zu beliefern. Der Deal sichert beiden Diensten eine langfristige Programmplanung und behält den Zugriff auf feste deutsche Erfolgsformate wie „Das Traumschiff“, „Der Bergdoktor“ und den Klassiker „Die Schwarzwaldklinik“.



Deutsche Telekom DE



Google TV DE



Sky Q DE

LOKALE INHALTE, GROSSE WIRKUNG



Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE



LOOPER INSIGHTS

hello@looperinsights.com
looperinsights.com

