

/ FEBRUAR 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	A Knight of the Seven Kingdoms	HBO max	1,070,552 €
2	The Pitt	HBO max	903,432 €
3	Sherlock & Daughter	MAGENTA TV	900,810 €
4	The Wrecking Crew	prime video	884,042 €
5	Game of Thrones	HBO max	844,051 €
6	Der Bergdoktor	ZDFmediathek	824,720 €
7	Heated Rivalry	HBO max	768.898 €
8	Euphoria	HBO max	752,703 €
9	Fallout	prime video	755.605 €
10	The Last of Us	HBO max	752.458 €

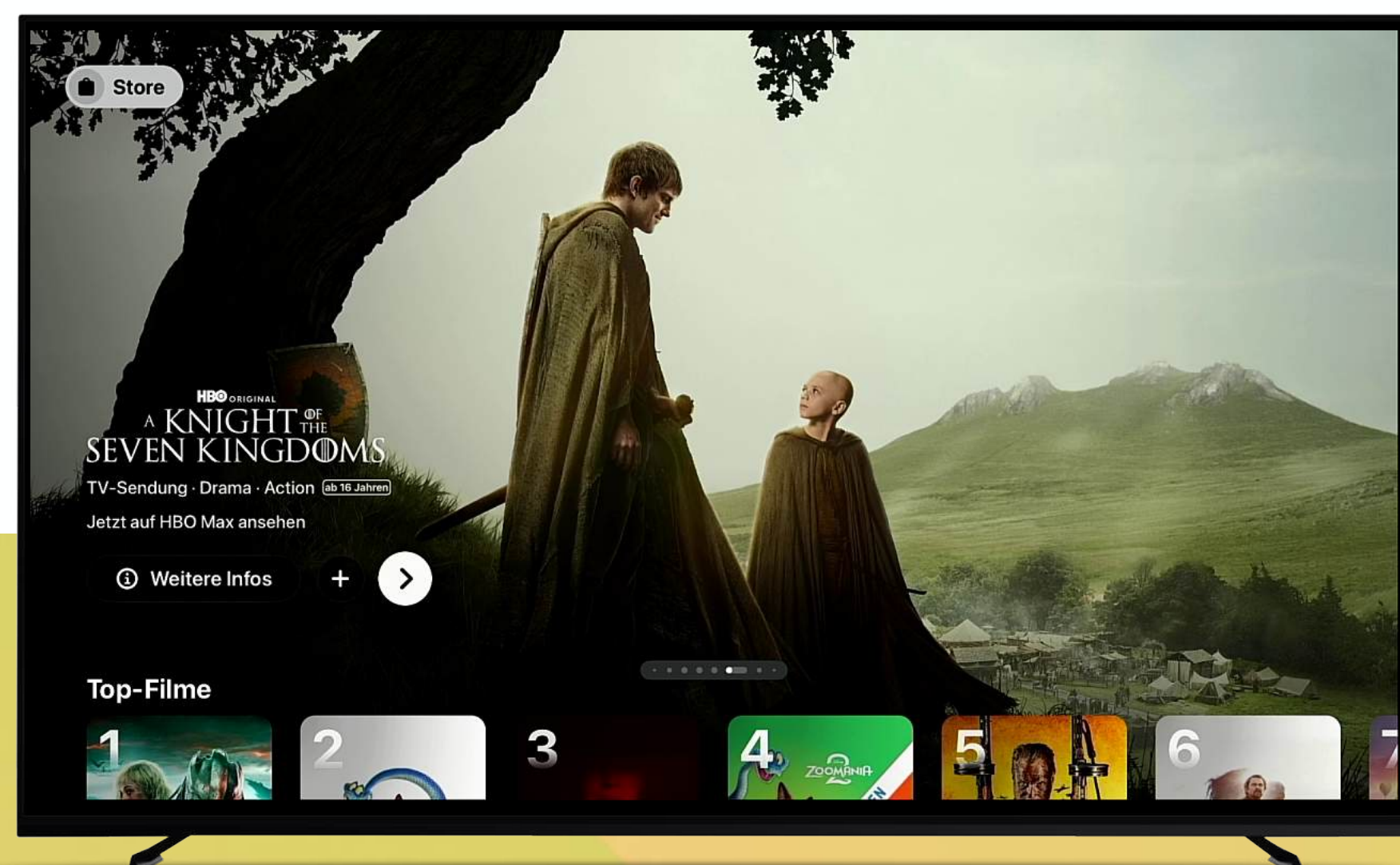
STREAMER OF THE MONTH

/ TOP 10 APPS /

POSITION	APP	€MPV™ -SCORE
1	prime video	43,632,981 €
2	joyn	15,456,351 €
3	RTL +	15,176,784 €
4	Disney +	14,322,783 €
5	ZDFmediathek	12,644,899 €
6	HBO max	10,463,886 €
7	ARD 1 Mediathek	10,463,830 €
8	WOW	9,503,091 €
9	pluto tv	8,179,307 €
10	Apple TV	€8,112,967

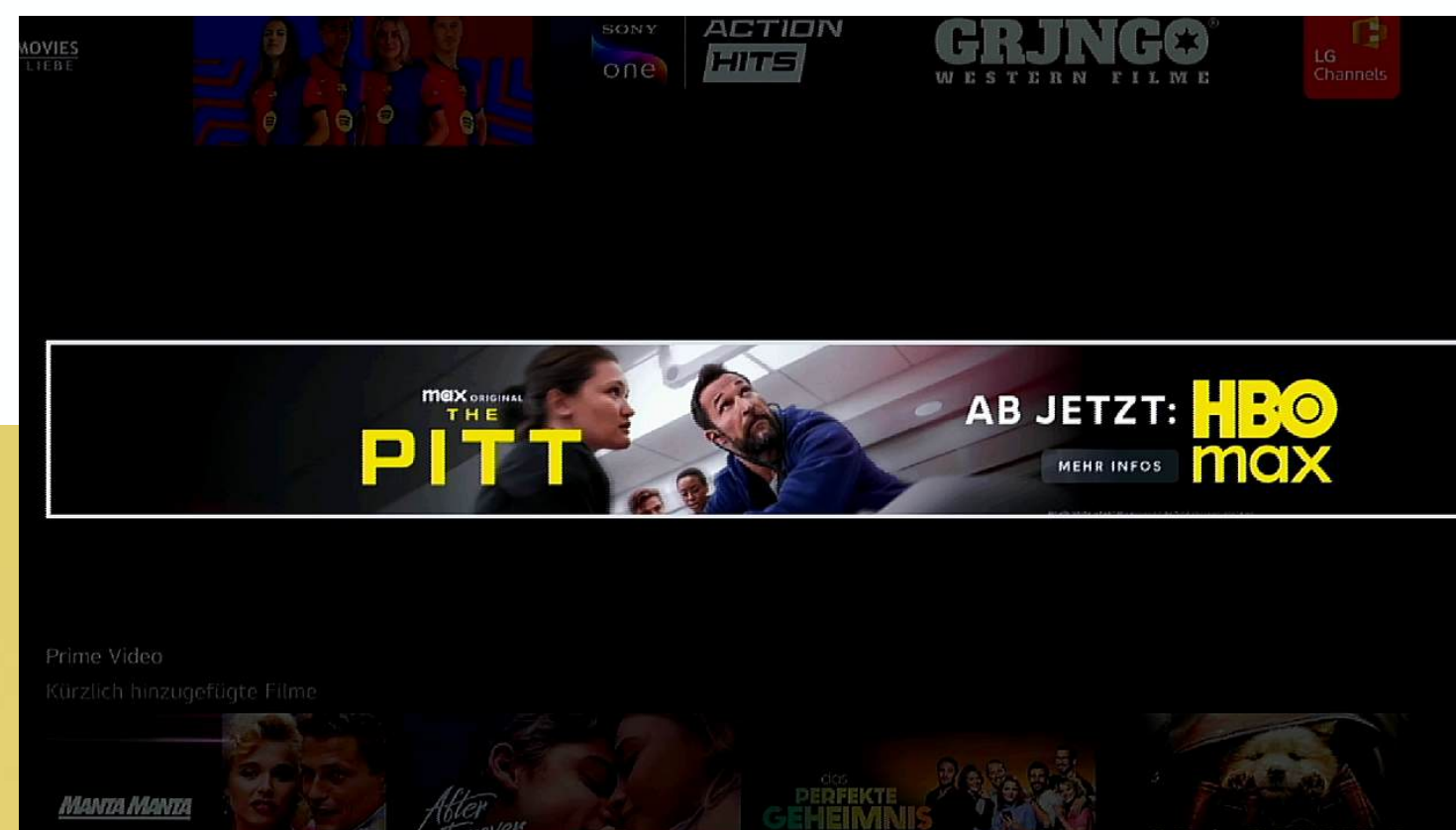
* Apple TV, Deutsche Telekom, Fire TV, Google TV, Hisense Vidaa TV, LG TV, PS4, Roku, Samsung und Sky Q

TOP-TITEL DES MONATS

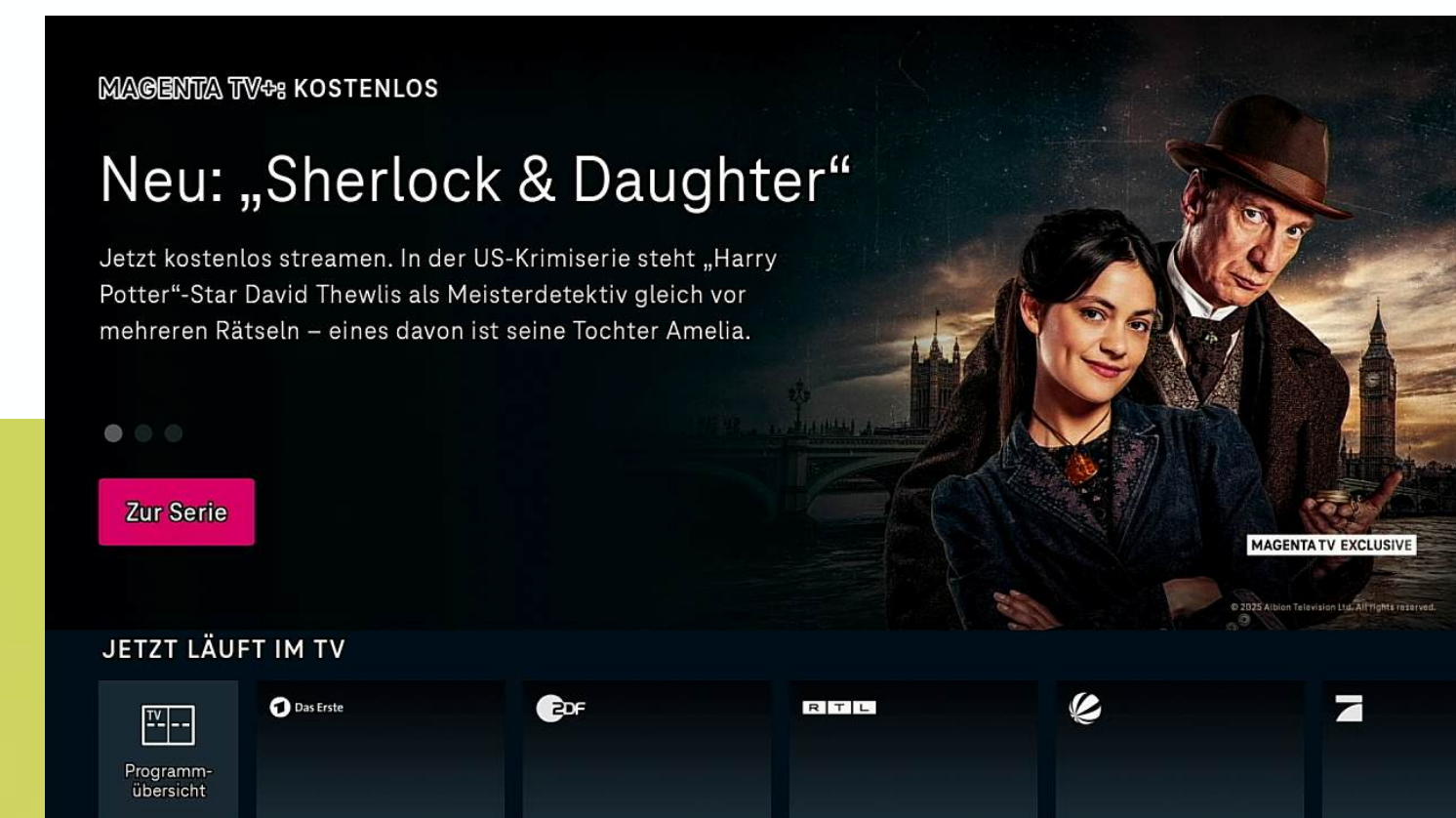


Apple TV DE

- HBO Max dominiert das Ranking und belegt sechs der zehn bestplatzierten Titel sowie die ersten beiden Plätze. „A Knight of the Seven Kingdoms“ führt mit 1,07 Mio. € €MPV™ an, gefolgt von „The Pitt“ (903.000 €). Diese starke Präsenz ist besonders bemerkenswert, da HBO Max erst am 13. Januar in Deutschland gestartet ist, was die Dominanz in den Februar-Rankings zu einem bedeutenden frühen Erfolg für die Plattform macht.
- Trotz der starken Performance von HBO Max behaupten andere Plattformen wettbewerbsfähige Spitzenreiter-Titel. Magenta TV belegt mit „Sherlock & Daughter“ (900,8 Tsd. € MPV) den dritten Platz, während sich Prime Video zwei Platzierungen sichert („The Wrecking Crew“ und „Fallout“). Die ZDF Mediathek ist ebenfalls mit „Der Bergdoktor“ im Ranking vertreten, was die anhaltende Stärke etablierter lokaler Programme neben globalen Streaming-Hits unterstreicht
- Aktuelles:** Die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF werden ihr gemeinsames Portfolio im Rahmen eines reformierten Medienstaatsvertrags grundlegend umstrukturieren, indem sie lineare TV-Kanäle zusammenlegen und neue „Digital-first“-Angebote einführen. Laut „[Broadband TV News](#)“ wird diese Neuorganisation bis 2027 zur Einstellung von Sendern wie ARD alpha und tagesschau24 führen, um Platz für ein gestrafftes Paket gemeinsam betriebener Plattformen zu schaffen, die sich auf Nachrichten, Dokumentationen und Inhalte für junge Erwachsene konzentrieren.



LG TV (2022) DE



Deutsche Telekom DE

JOYN BEHERRSCHT DAS WOHNZIMMER

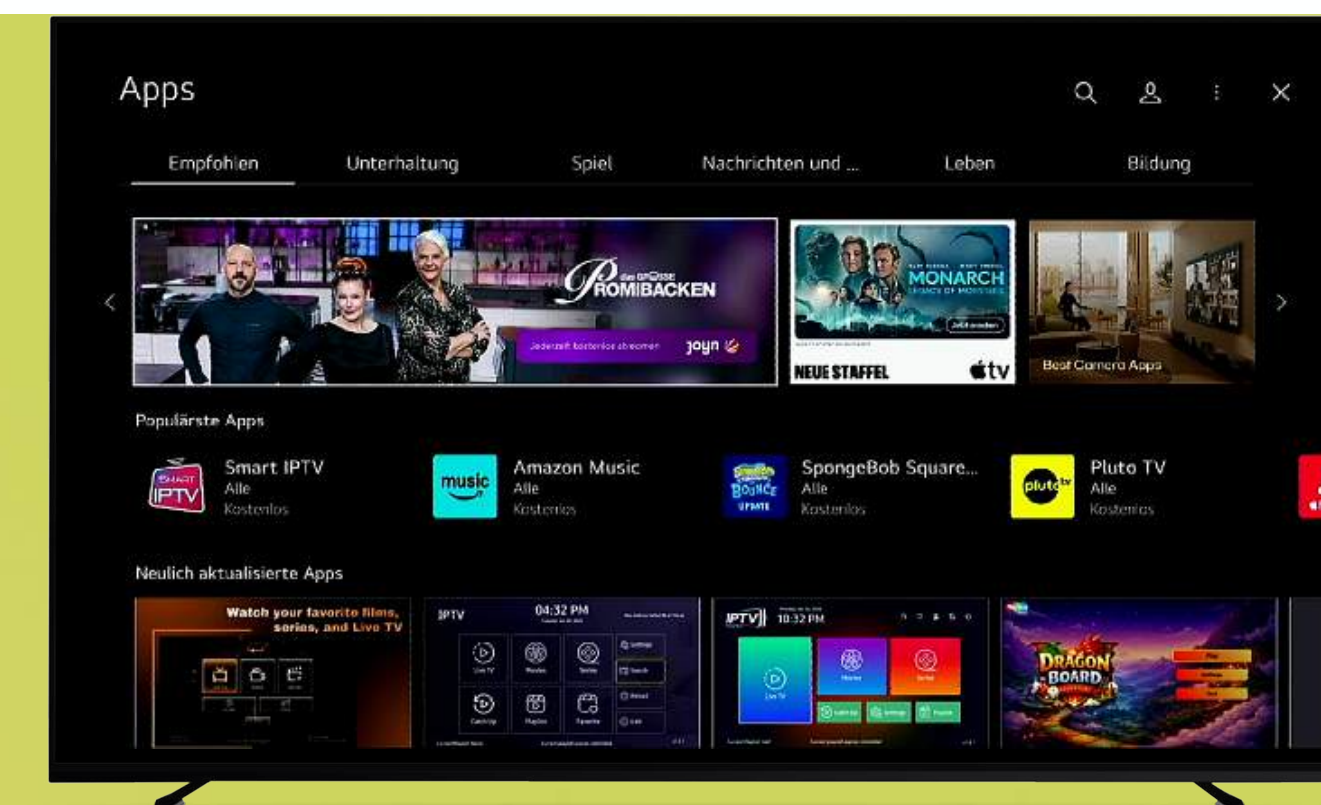


Samsung TV (2022) DE

- Der Februar war ein powerhouse-Monat für Joyn, da die Plattform mit einer unaufhaltsamen Welle von Must-watch-Inhalten eine totale Übernahme der deutschen Connected-TVs vollzog. Durch die Sicherung einer massiven Präsenz auf allen Geräten stellte Joyn sicher, dass seine Flaggschiff-Titel unübersehbar waren; vom nervenaufreibenden Backen in „Das Große Promibacken“ auf LG TV bis hin zu den malerischen Abenteuern von „Roadtrip Australien- Drei Spitzenköche auf vier Rädern“ auf Sky Q dominierte der Streamer die Benutzeroberflächen aller großen Hardware-Anbieter.
- Das Momentum hielt an mit erstklassigen Platzierungen für das starbesetzte Chaos von „Promis unter Palmen“ auf Samsung TV und der stimmlichen Brillanz von „The Voice Kids“ auf Google TV. Abgerundet wurde diese digitale Eroberung durch die Rückkehr von Heidi Klum in „Germany’s Next Topmodel“, die sich Elite-Territorium auf Apple TV sicherte und damit Joyns Status als die erste Adresse für Deutschlands größte Entertainment-Hits festigte. Diese weitreichende Sichtbarkeit verwandelte jedes Wohnzimmer in ein von Joyn betriebenes Kino und bewies: Wenn es darum geht, das deutsche Publikum zu gewinnen, gehört ihnen der Bildschirm.
- Aktuelles:** Die Deutsche Telekom schloss das Jahr 2025 mit 4,75 Millionen TV-Abonnenten in Deutschland ab und hielt damit einen stetigen, aber moderaten Wachstumskurs von 2,4 % gegenüber dem Vorjahr. Laut „[Broadband TV News](#)“ verzeichnete der Telekommunikationsriese auch bei seiner breiteren europäischen TV-Basis einen Anstieg auf 4,47 Millionen Kunden, während er sich auf weitere Rentabilitätssteigerungen und eine verstärkte KI-Integration im Jahr 2026 vorbereitet.



Sky Q DE



LG TV (2022) DE

JOYN BEHERRSCHT DAS WOHNZIMMER



Apple TV DE



Google TV DE

HINWEISE, VERBRECHEN UND GEFESSELTE BILDSCHIRME

- Prime Video hat im Februar massiven Einfluss auf den deutschen Markt ausgeübt und einen hochkarätigen Rollout für die zweite Staffel seiner weltweiten Hitserie „Alex Cross“ auf Fire TV, PS4 und Google TV gestartet. Der Streaming-Riese ließ zudem seine lokalen Muskeln spielen mit der Premiere des deutschen Original-Spielfilms „Fabian und die mörderische Hochzeit“, der sich Elite-Platzierungen auf Apple TV und bei der Deutschen Telekom sicherte. Durch den effektiven Brückenschlag zwischen internationalen Blockbustern und erstklassigem lokalen Storytelling dominierte Prime Video die Benutzeroberflächen auf den einflussreichsten Geräten des Landes.
- Aktuelles:** „[Broadband TV News](#)“ berichtet, dass der deutsche Streaming-Dienst waipu.tv seine App auf Titan OS gestartet hat und damit den direkten Zugriff auf über 300 Sender auf kompatiblen Smart-TVs ohne zusätzliche Hardware ermöglicht. 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 die Zuschauer gesenkt werden.



Fire TV DE



Google TV DE



PS4 DE

HINWEISE, VERBRECHEN UND GEFESSELTE BILDSCHIRME



Deutsche Telekom DE

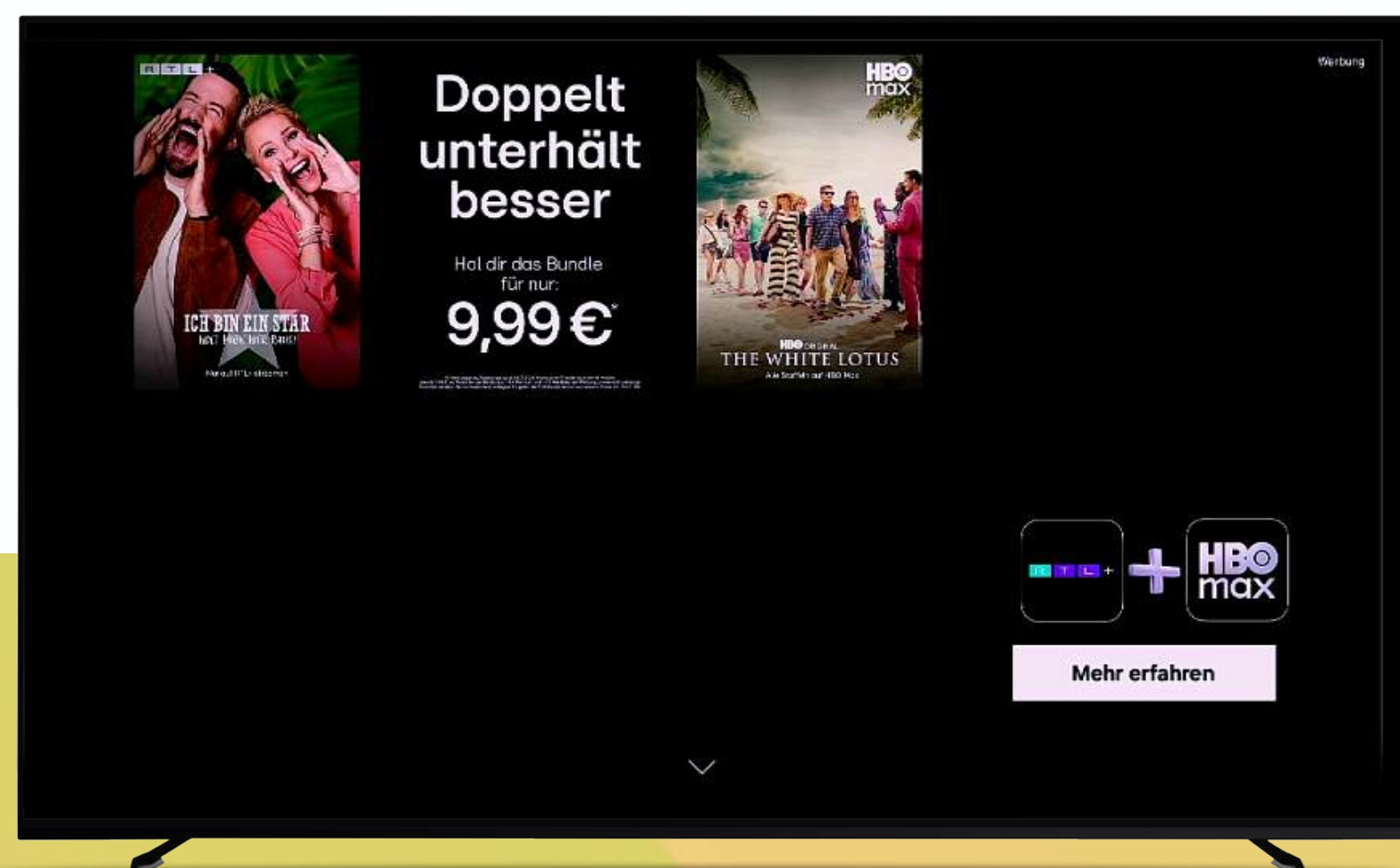


Apple TV DE

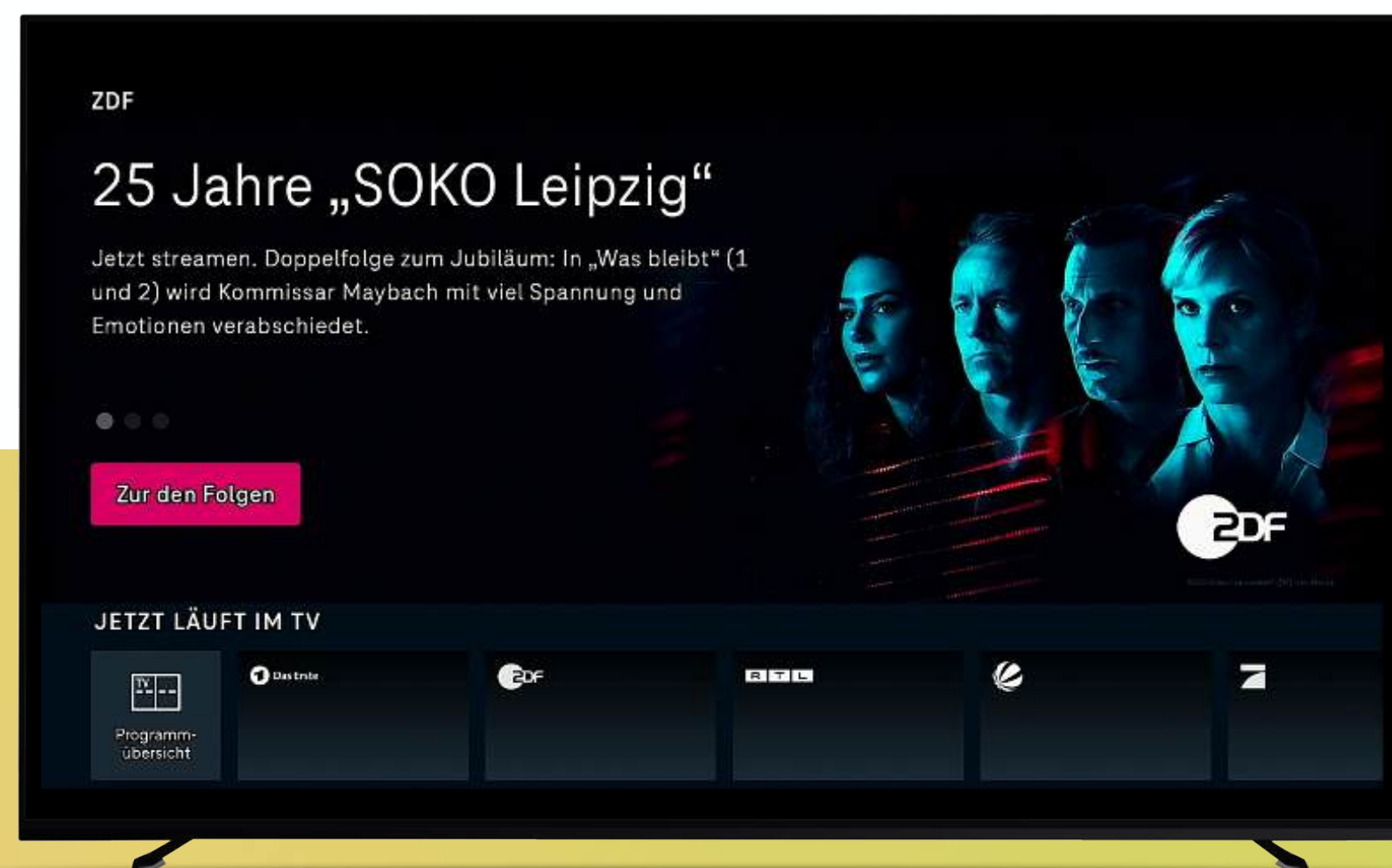
POWER-KOPPLUNGEN UND ERSTKLASSIGE PROMO

Zum Abschluss des Monats erlebte der deutsche Markt einen massiven strategischen Schachzug, als RTL+ und HBO Max ihre Kräfte bündelten, um ihr neues, exklusives Bundle-Angebot zu bewerben. Mit einer reichweitenstarken Kampagne auf Samsung TV kombinierte die Aktion die ungefilterte, lokale Intensität von „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ mit der prestigeträchtigen Anziehungskraft von „The White Lotus“ und bewies damit, dass Reality-TV und erstklassige Drama-Serien ein wahres „Match Made in Streaming Heaven“ sind. Währenddessen nutzten die öffentlich-rechtlichen Sender ZDF und ARD die Reichweite der Deutschen Telekom, um sich erstklassige Platzierungen zu sichern und die Zuschauer zum langjährigen Krimi-Hit „SOKO Leipzig“ sowie zur beeindruckenden Weltraum-Dokumentation „Artemis 2- Zurück zum Mond“ zu lenken. Von Blockbuster-Bundles bis hin zu öffentlich-rechtlichen Schwergewichten – der Februar war eine Lehrstunde darin, wie lokale und globale Akteure bedeutende Hardware-Partnerschaften nutzen, um im Gedächtnis der Zuschauer zu bleiben.

Aktuelles: Vodafone Deutschland hat einen „Streaming-Vorteil“ eingeführt, der Kunden, die den Dienst mit ihren Internet-, TV- oder Mobilfunktarifen kombinieren, einen dauerhaften Rabatt von 2 € pro Monat auf Netflix-Abonnements gewährt. Laut „[Broadband TV News](#)“ zielt diese Strategie darauf ab, die Kundenbindung zu stärken, indem das werbefinanzierte Standard-Abo für nur 2,99 € pro Monat angeboten wird, sofern sich die Nutzer zu einer Mindestlaufzeit von 12 Monaten verpflichten.



Samsung TV (2022) DE



Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE



LOOPER INSIGHTS

hello@looperinsights.com
looperinsights.com

