

/ MÄRZ 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 Werbepplätze sichert.*

STREAMER OF THE MONTH: MÄRZ 2026

/ TOP 10 TITEL /

POSITION	TITEL	APP	€MPV™ -SCORE
1	A Knight of the Seven Kingdoms		1,196,903 €
2	Game of Thrones		1,187,221 €
3	The Pitt		1,004,501 €
4	Young Sherlock		938,363 €
5	Heated Rivalry		899,006 €
6	Der Bergdoktor		876,555 €
7	Billy the Kid		803,896 €
8	Zoomania 2		799,598 €
9	Horizon		770,053 €
10	Peppa Pig		742,369 €

STREAMER OF THE MONTH: MÄRZ 2026

/ TOP 10 APPS /

POSITION	APP	€MPV™ -SCORE
1		46,462,085 €
2		16,517,146 €
3		15,878,886 €
4		15,725,320 €
5		15,325,861 €
6		12,624,775 €
7		12,300,449 €
8		9,975,081 €
9		9,837,256 €
10		9,331,022 €

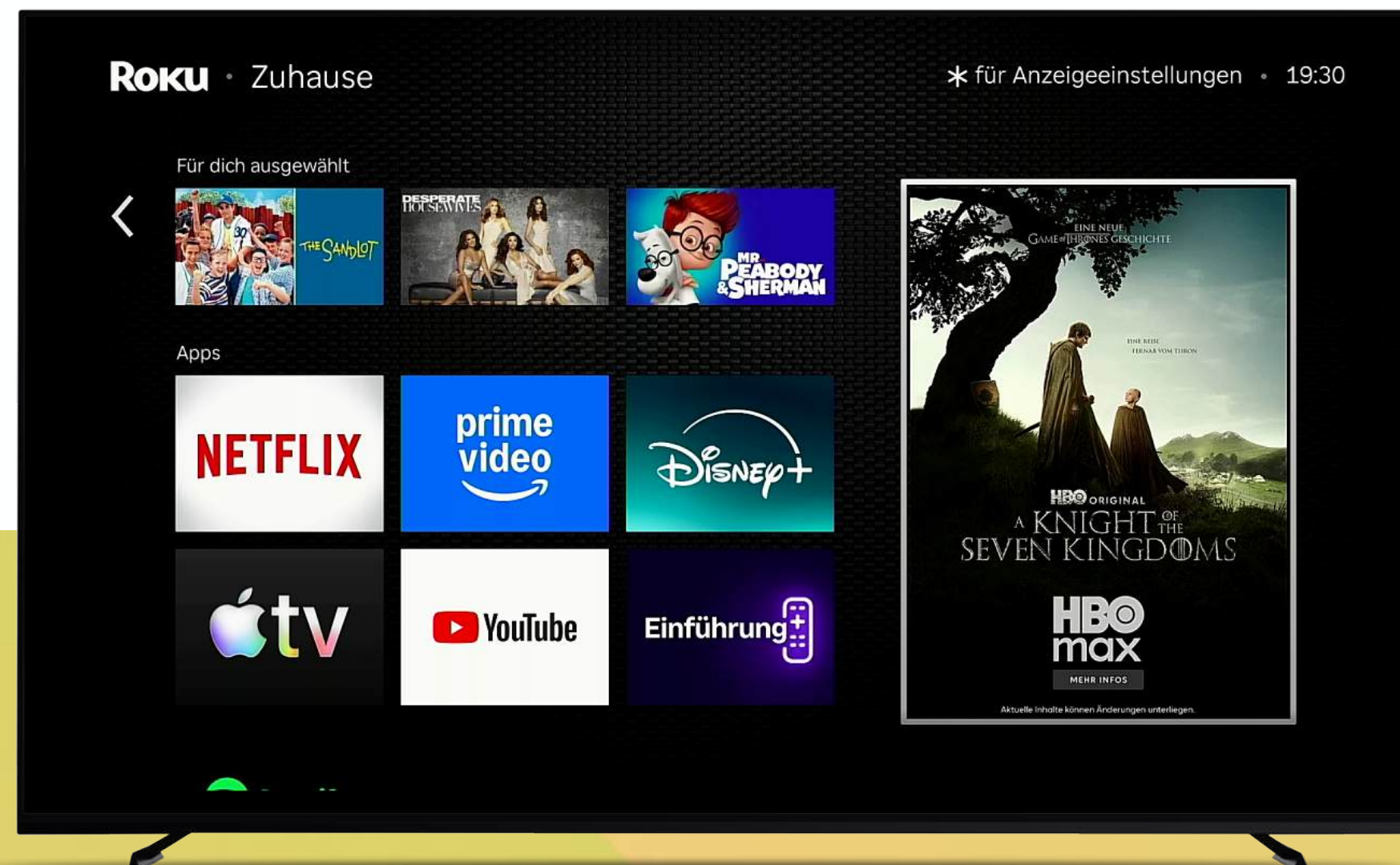
* Apple TV, Deutsche Telekom, Fire TV, Google TV, Hisense Vidaa TV, LG TV, PS4, Roku, Samsung und Sky Q

TOP-TITEL DES MONATS

HBO Max festigte im März seinen Griff auf die deutsche CTV-Landschaft und lieferte eine souveräne Performance ab, die die Schlagkraft seines Premium-Angebots unterstrich. Mit vier Titeln in den Top 10 bewies die Plattform sowohl Größe als auch Beständigkeit an der Marktspitze. „A Knight of the Seven Kingdoms“ führte das Feld an und behauptete sich stabil auf dem ersten Platz mit einem beeindruckenden €MPV™, der fast 1,2 Mio. € erreichte. Dicht dahinter sicherten sich „Game of Thrones“ und „The Pitt“ den zweiten beziehungsweise dritten Platz, was die anhaltende Anziehungskraft ikonischen Storytellings bestätigte, während „Heated Rivalry“ das Aufgebot auf dem fünften Platz abrundete. Zusammengenommen war dies eine klare Ansage: HBO Max konkurriert nicht nur, sondern setzt den Standard für Must-Watch-Television in Deutschland.

Anderorts setzte MagentaTV auf eine selektivere, aber nicht weniger gezielte Strategie und platzierte zwei Titel mit punktueller Wirkung in den Top-Rankings. „Billy the Kid“ führte das Feld als erfolgreichster Performer an, dicht gefolgt von „Horizon“, wodurch ein enges, kuratiertes Duo gebildet wurde.

Aktuelles: Wie „[Broadband TV News](#)“ berichtete, hat Sky Deutschland die HBO Max-App in seine Plattformen Sky Stream und Sky Q in ganz Deutschland und Österreich integriert und damit seine Position als zentraler Entertainment-Aggregator weiter gefestigt. Während Kunden nun direkt auf den vollständigen Streaming-Dienst zugreifen können, behält die Vereinbarung ein duales Vertriebsmodell bei, in dem ausgewählte HBO-Programme sowie eine Reihe linearer Kanäle von Warner Bros. Discovery weiterhin in den Standard-Sky-Abonnements enthalten sind.



Roku DE



Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE

FALL ABGESCHLOSSEN: „YOUNG SHERLOCK“ ERROBERT DEUTSCHLAND IM STURM

- „Young Sherlock“ machte seine Präsenz in Deutschland unmissverständlich deutlich, wobei Prime Video einen präzisen, weitreichenden Rollout orchestrierte, der an jeder Ecke die Aufmerksamkeit auf sich zog. Von Hisense Vidaa und Samsung TV bis hin zu Fire TV, Deutsche Telekom, Sky Q und Apple TV, der Titel erschien überall dort, wo das Publikum hinsah: kalkuliert, gezielt und unübersehbar. Dies war kein gewöhnlicher Start. Mit einer Strategie, die so präzise war wie ihr Protagonist, stellte Prime Video sicher, dass „Young Sherlock“ nicht einfach nur entdeckt, sondern kombiniert wurde.
- Aktuelles:** Wie [„Broadband TV News“](#) berichtet, verzeichnete ProSiebenSat.1 im Jahr 2025 aufgrund eines schwachen Werbemarktes einen Umsatzrückgang von 6 %, obwohl seine Streaming-Plattform Joyn ein signifikantes Wachstum mit einem Anstieg der AVOD-Umsätze um 36 % erzielte. Das Unternehmen strukturiert sich nun um, um sich auf sein Kerngeschäft Entertainment zu konzentrieren, und erwartet für 2026 ein leichtes organisches Wachstum sowie steigende Erträge, getrieben durch Kostensenkungen und Investitionen in lokale Inhalte.



Samsung TV (2022) DE



Hisense Vidaa TV DE



Fire TV DE

FALL ABGESCHLOSSEN: „YOUNG SHERLOCK“ ERROBERT DEUTSCHLAND IM STURM



Deutsche Telekom DE



Sky Q DE

WILD UND UNÜBERSEHBAR

- Disney+ entfesselte im März die wilde Energie von „Zoomania 2“ in ganz Deutschland und erweckte die rasante, von Tieren bevölkerte Welt der Fortsetzung in der gesamten CTV-Landschaft zum Leben. Von den belebten Straßen von Samsung TV und Google TV bis hin zu Sky Q und Apple TV, das neueste Abenteuer von Judy Hopps und Nick Wilde stand im Mittelpunkt: verspielt, lebendig und voller Persönlichkeit. Genau wie die Stadt selbst war der Rollout voller Farben und Trubel und stellte sicher, dass „Zoomania 2“ nicht einfach nur ankam, sondern auf die Bildschirme raste, unmöglich zu ignorieren.
- Aktuelles:** Wie „[Broadband TV News](#)“ berichtet, hat der deutsche Glasfaserbetreiber Deutsche Glasfaser seine Partnerschaft mit waipu.tv um weitere fünf Jahre verlängert und damit IP-basiertes Fernsehen als zentrales TV-Angebot für seine Breitbandkunden gefestigt. Dieser langfristige Vertrag ermöglicht es dem Betreiber, seine Glasfaseranschlüsse weiterhin mit den umfangreichen Senderpaketen von waipu.tv zu bündeln, nachdem die Migration des Kundenstamms auf die Plattform im Jahr 2023 erfolgreich abgeschlossen wurde.



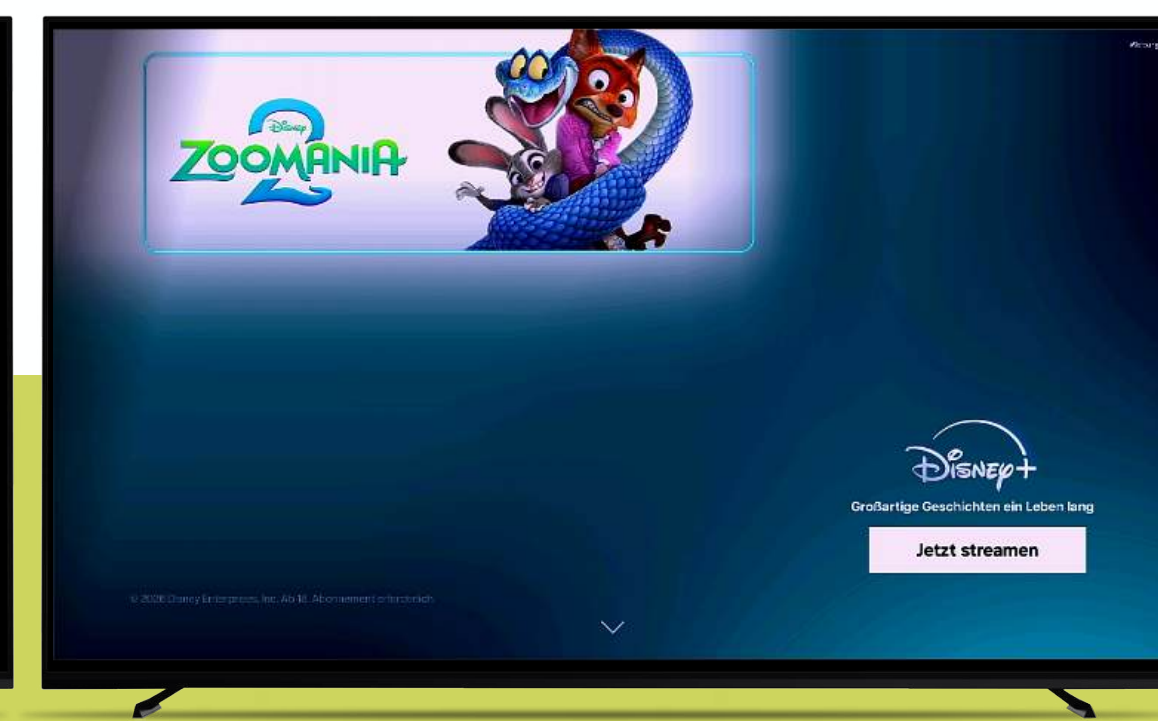
Apple TV DE



Google TV DE



Sky Q DE



Samsung TV (2022) DE

DER MÄRZ GEHÖRTE DEM FUSSBALL

- Der März war ein Monat, in dem der Fußball im Mittelpunkt stand und die Berichterstattung wie eine meisterreife Leistung ablieferte. Vom hochkarätigen Drama der UEFA-Wettbewerbe bis hin zur wöchentlichen Intensität der Bundesliga wurde den Fans eine unaufhörliche Serie an Action geboten. Über Deutsche Telekom und Sky Q wurden die Partien nicht einfach nur gezeigt, sondern erhielten die beste Position auf dem Spielfeld. Große Momente, große Duelle und eine lückenlose Sichtbarkeit sorgten dafür, dass das „schöne Spiel“ die Bildschirme dominierte und den Anhängern einen Platz in der ersten Reihe bei jedem Pass, jedem Tackling und jedem Tor verschaffte.
- Aktuelles:** Wie „[Broadband TV News](#)“ berichtet, hat ProSiebenSat.1 seine Vereinbarung mit Media Broadcast verlängert, um seine sechs Kern-HD-Sender bis Ende 2030 auf der terrestrischen Plattform Freenet TV zu belassen. Diese Verlängerung, die einem ähnlichen Schritt von RTL Deutschland folgt, stellt sicher, dass Deutschlands große private Sendergruppen auch für den Rest des Jahrzehnts an der DVB-T2-Antennenverbreitung festhalten.



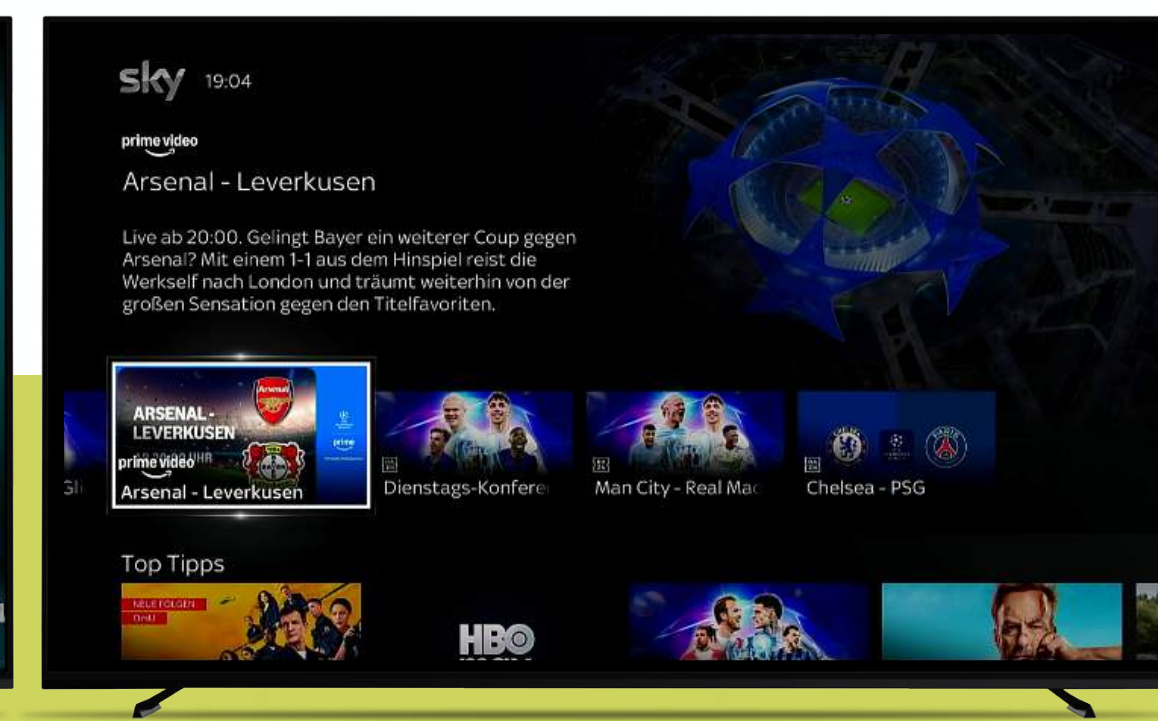
Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE



Deutsche Telekom DE



Sky Q DE



LOOPER INSIGHTS

hello@looperinsights.com
looperinsights.com

