

/ APRIL 2026 /



LOOPER
INSIGHTS

STREAMER OF THE MONTH



LOOPER
INSIGHTS

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: APRIL 2026

/ TOP 10 TITEL /

POSITION	TITEL	APP	€MPV™ -SCORE
1	The Boys		882,389 €
2	Crime 101		833,259 €
3	Game of Thrones		831,192 €
4	Peppa Pig		792,740 €
5	Zoomania 2		772,642 €
6	DTF: St. Louis		737,818 €
7	Rooster		725,159 €
8	Tatort		692,495 €
9	The Pitt		589,749 €
10	A Knight of the Seven Kingdoms		573,485 €

STREAMER OF THE MONTH: APRIL 2026

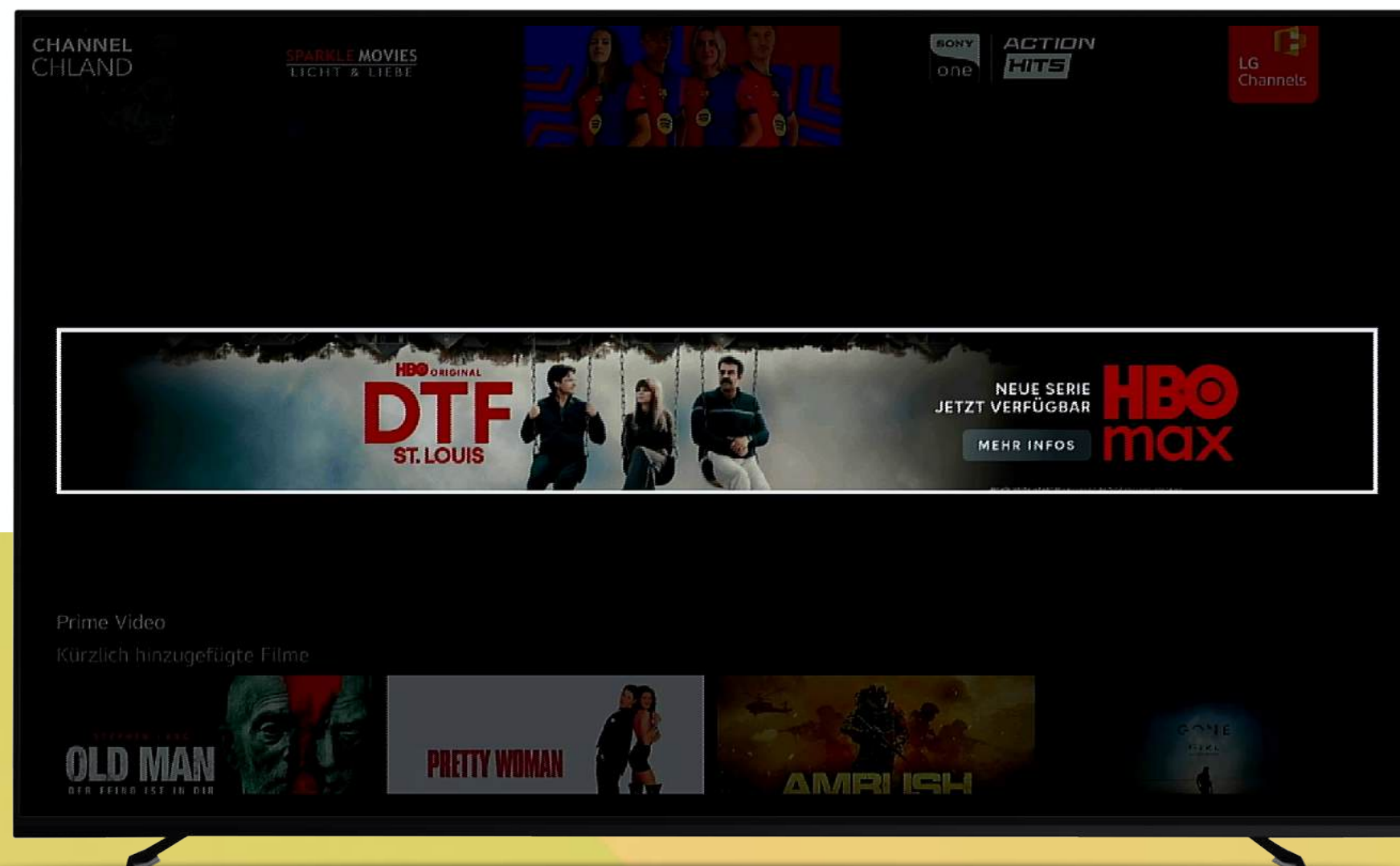
/ TOP 10 APPS /

POSITION	APP	€MPV™ -SCORE
1		44,524,364 €
2		16,048,196 €
3		15,421,628 €
4		14,832,369 €
5		14,520,040 €
6		10,934,148 €
7		10,623,211 €
8		8,295,049 €
9		7,589,192 €
10		7,249,282 €

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

TOP-TITEL DES MONATS

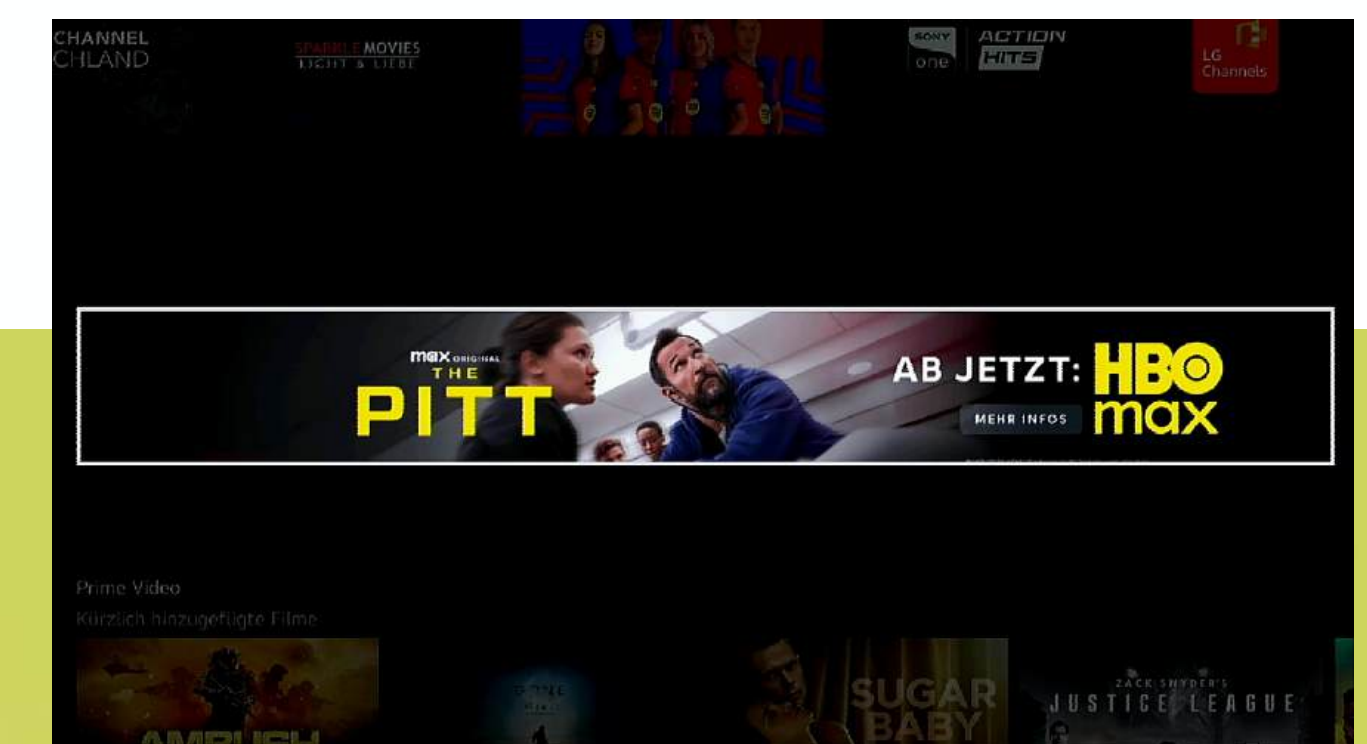
- In Deutschland behauptete HBO Max diesen April eine absolute Vormachtstellung und stellte die Hälfte der zehn wertvollsten Titel des Landes. Die Premium-Mediathek des Streaming-Dienstes erwies sich als finanzieller Kassenschlager und generierte beeindruckende 3,5 Mio. €, wobei der Dauerbrenner „Game of Thrones“ als wichtigster Werttreiber des Marktes an der Spitze stand.
- Während globale Franchises die Charts stürmten, sah sich lokaler Content einem Kampf zwischen David und Goliath um Aufmerksamkeit gegenüber. Der legendäre Krimi-Dauerbrenner „Tatort“ war der einzige heimische Titel, der sich als widerstandsfähig genug erwies, um in die Spitzengruppe vorzustoßen und hart erkämpfte 700.000 € zu sichern. Die Ergebnisse verdeutlichen einen klaren Trend in der deutschen Medienlandschaft: Während lokale Ermittler nach wie vor eine treue Fangemeinde haben, gibt das schiere Gewicht von HBOs prestigeträchtigen Katalog derzeit das Markttempo vor.
- Aktuelles:** „Variety“ berichtet, dass ein Gericht in Rom die Preiserhöhungen von Netflix zwischen 2017 und 2024 für illegal erklärt hat. Dies spiegelt ähnliche rechtliche Rückschläge in Deutschland wider, wo Landgerichte bereits zuvor Rückerstattungen für einseitige Gebührenerhöhungen angeordnet hatten. Während das italienische Urteil zu Auszahlungen von bis zu 500 € pro Abonnent führen könnte, baut es auf einem wachsenden europäischen Rechtspräzedenzfall auf – vor allem in Köln und Berlin. Dort stellten Richter zunehmend fest, dass die Preisanpassungsklauseln von Netflix die Verbraucher unangemessen benachteiligen.



LG TV (2022) DE



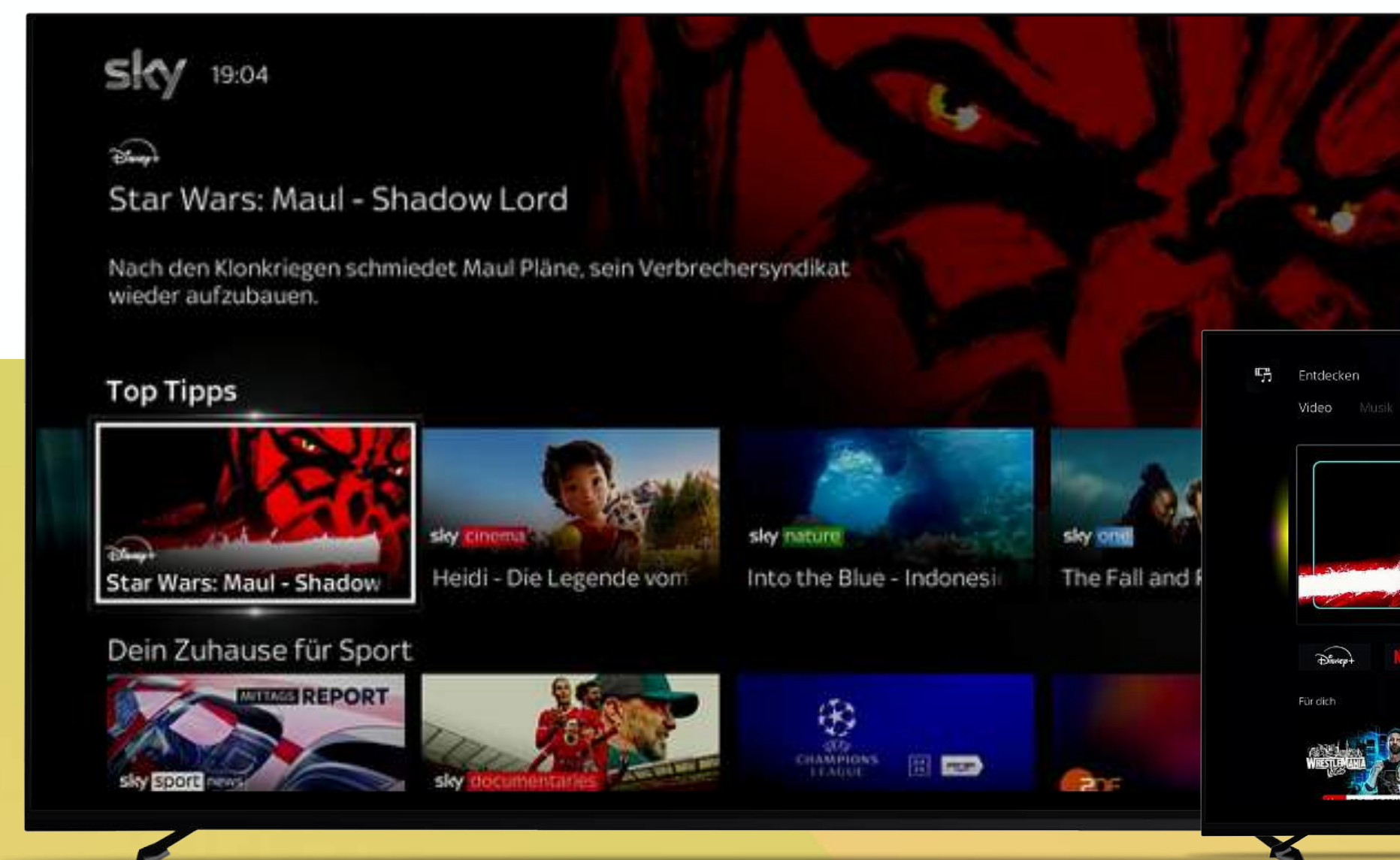
Fire TV DE



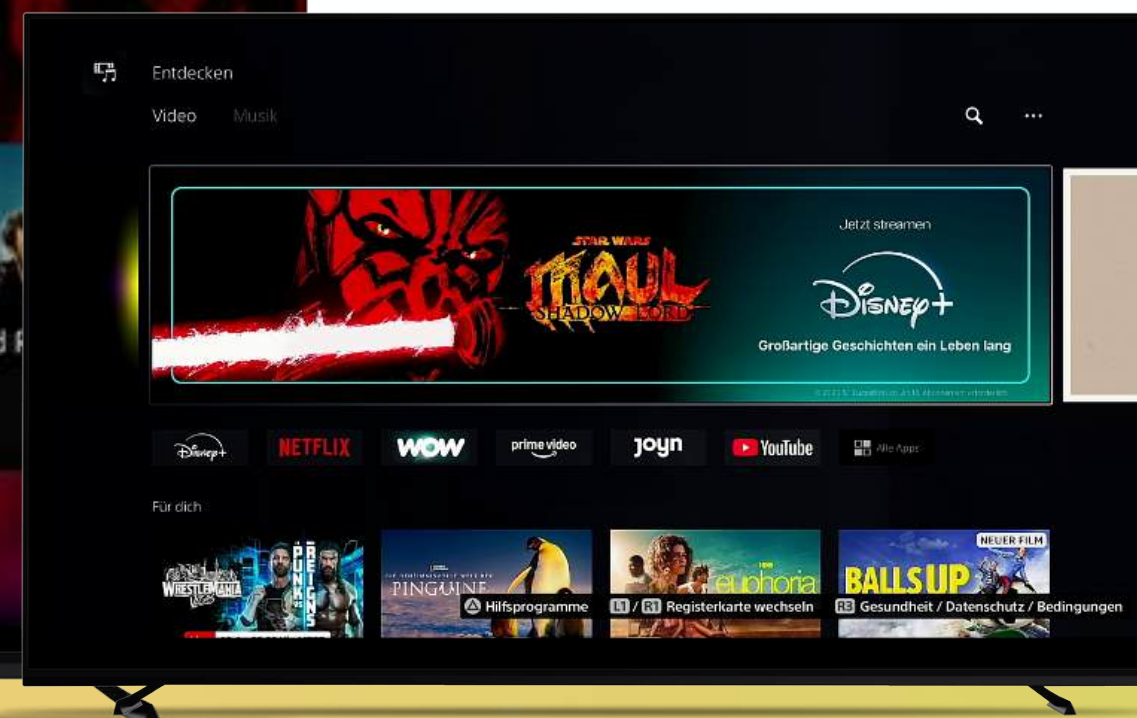
LG TV (2022) DE

EINE GESCHICHTE ZWEIER AUSGESTOSSENER

- Diesen April flankierte Disney+ den deutschen Markt mit einem wirkungsvollen „Double Feature“ und bewies, dass das Leben selten gerecht ist – egal, ob man ein rachsüchtiger Sith-Lord oder ein geniales Mittelkind ist. Die dunkle Seite rückte mit dem Start von „Star Wars: Maul – Shadow Lord“ in den Mittelpunkt, der sich eine herausragende Platzierung in der gesamten CTV-Landschaft sicherte. Der düstere Protagonist suchte nicht nur die Schatten heim; er dominierte den Startbildschirm und behauptete eine taktische Präsenz, die die ungebrochene Anziehungskraft der Sith unter Beweis stellte.
- Gleichzeitig nutzte Disney+ das nostalgische Chaos mit der Live-Action-Neuaufgabe „Malcolm Mittendrin: Unfair wie immer“. Die Rückkehr der Familie Wilkerson spiegelte den aggressiven Rollout von Maul wider, sicherte sich erstklassige Sichtbarkeit und bewies, dass das deutsche Publikum ebenso hungrig nach Vorstadt-Dysfunktionalität ist wie nach Lichtschwertduellen. Durch die Paarung von spannungsgeladenem Drama mit ikonischer Comedy stellte Disney+ sicher, dass an seiner Mediathek kein Weg vorbeiführte.
- Aktuelles:** „[Broadband TV News](#)“ berichtet, dass ProSiebenSat.1 seinen Streaming-Dienst Joyn+ in Deutschland aufwertet und ihn um Offline-Downloads sowie eine Instant-Restart-Funktion für Live-Übertragungen ergänzt. Um diese Verbesserungen widerzuspiegeln, erhöht die Plattform den monatlichen Preis für Neukunden auf 8,99 €, während Bestandskunden und Abonnenten eines Jahresplans den bisherigen Tarif von 6,99 € behalten.



Sky Q DE



PS5 DE



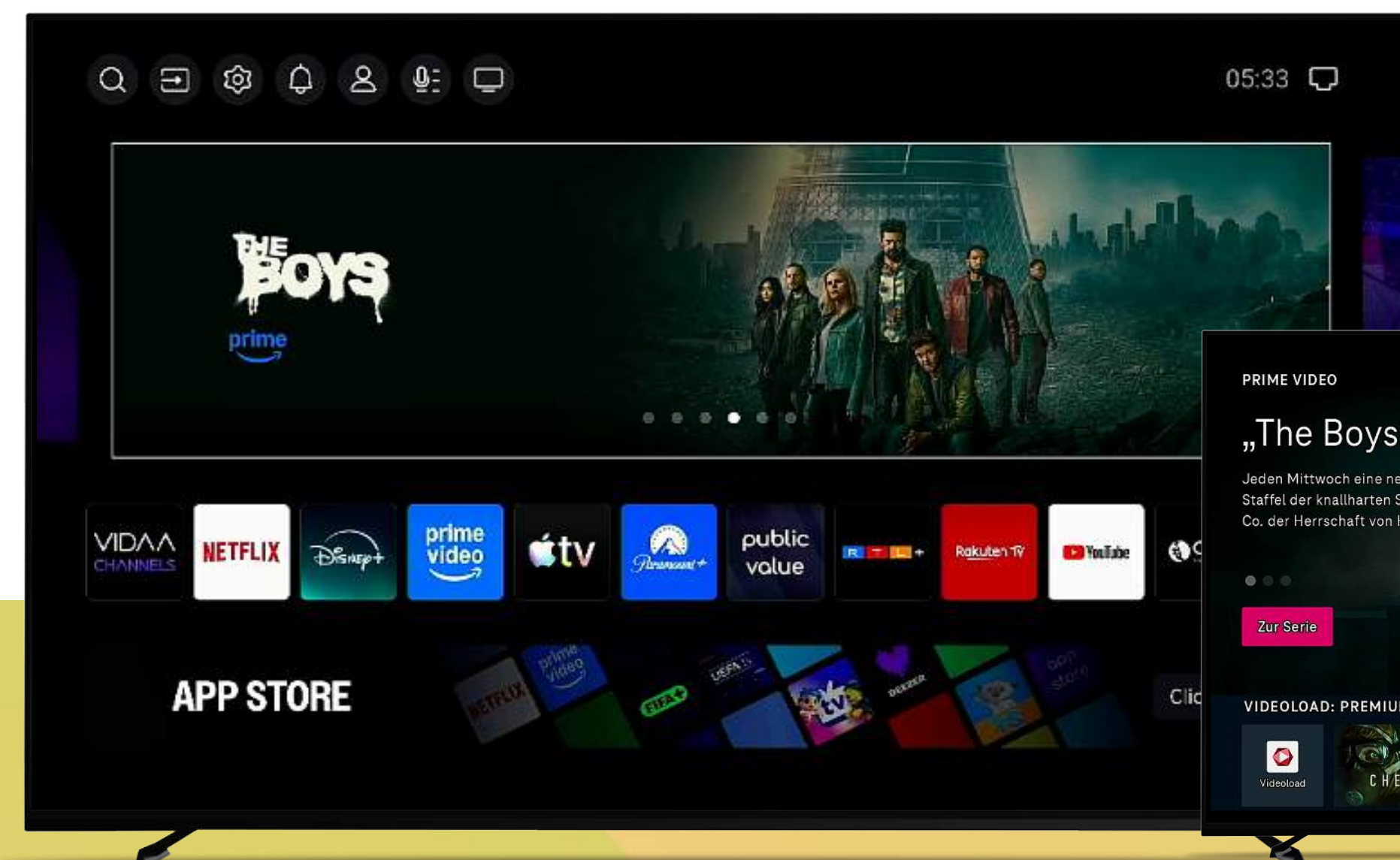
Sky Q DE



Deutsche Telekom DE

SUPES UND SCHURKEN

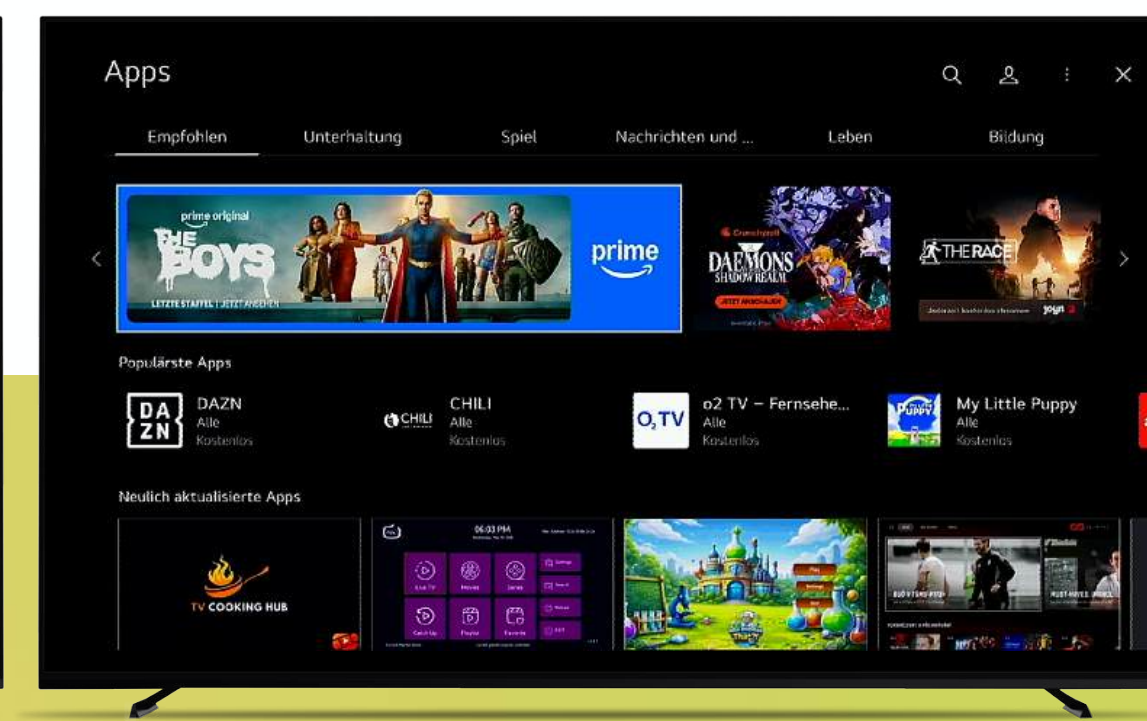
- Prime Video vollführte diesen April eine gewaltige Zangenbewegung und brachte zwei Schwergewichte an den Start, die das digitale Regal dominierten. Die finale Staffel von „The Boys“ erschien nicht einfach nur- sie wurde auf den wichtigsten Partnerplattformen prominent platziert, um sicherzustellen, dass das Serienfinale zum unumgänglichen kulturellen Ereignis des Monats wurde.
- Gleichzeitig nutzte der Streamer die Starpower von Chris Hemsworth, um den Heist-Thriller „Crime 101“ an die Spitze zu befördern. Durch die Sicherung hochgradig sichtbarer Platzierungen über das gesamte Spektrum seiner Partner-Benutzeroberflächen hinweg stellte Prime Video sicher, dass ihre Inhalte das Erste waren, was die Zuschauer sahen – egal, ob sie nach einem satirischen Superhelden-Blutbad oder einem düsteren Krimi-Drama suchten.
- Aktuelles:** Die „[Advanced TV Studie 2026](#)“ zeigt, dass CTV in Deutschland und Österreich offiziell mit dem linearen Fernsehen gleichgezogen hat, da mittlerweile 94 % der Haushalte über internetfähige Geräte verfügen. Dieser Wandel hin zu bewussten „Co-Viewing“-Erlebnissen hat ein wirkungsvolles Umfeld geschaffen, in dem sich zwei Drittel der Zuschauer an Werbespots erinnern- dies signalisiert eine neue Ära der Präzision und Einflussnahme für Werbetreibende in der DACH-Region.



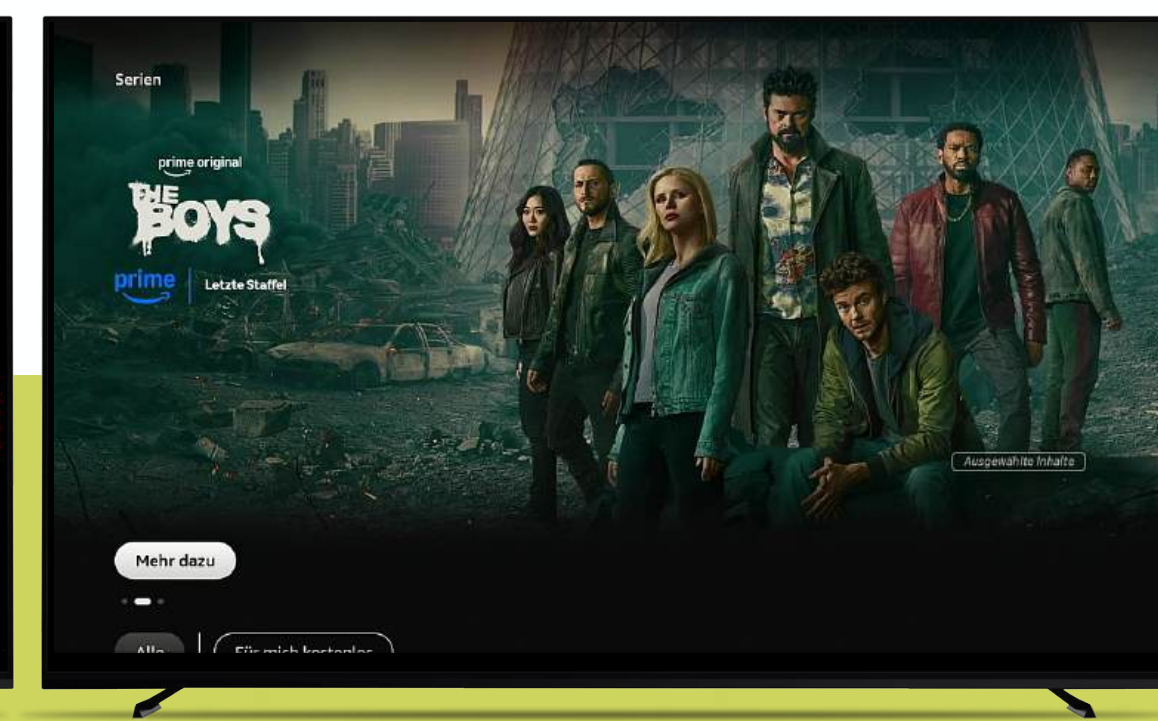
Hisense Vidaa TV DE



Deutsche Telekom DE



LG TV (2022) DE



Fire TV DE



Google TV DE



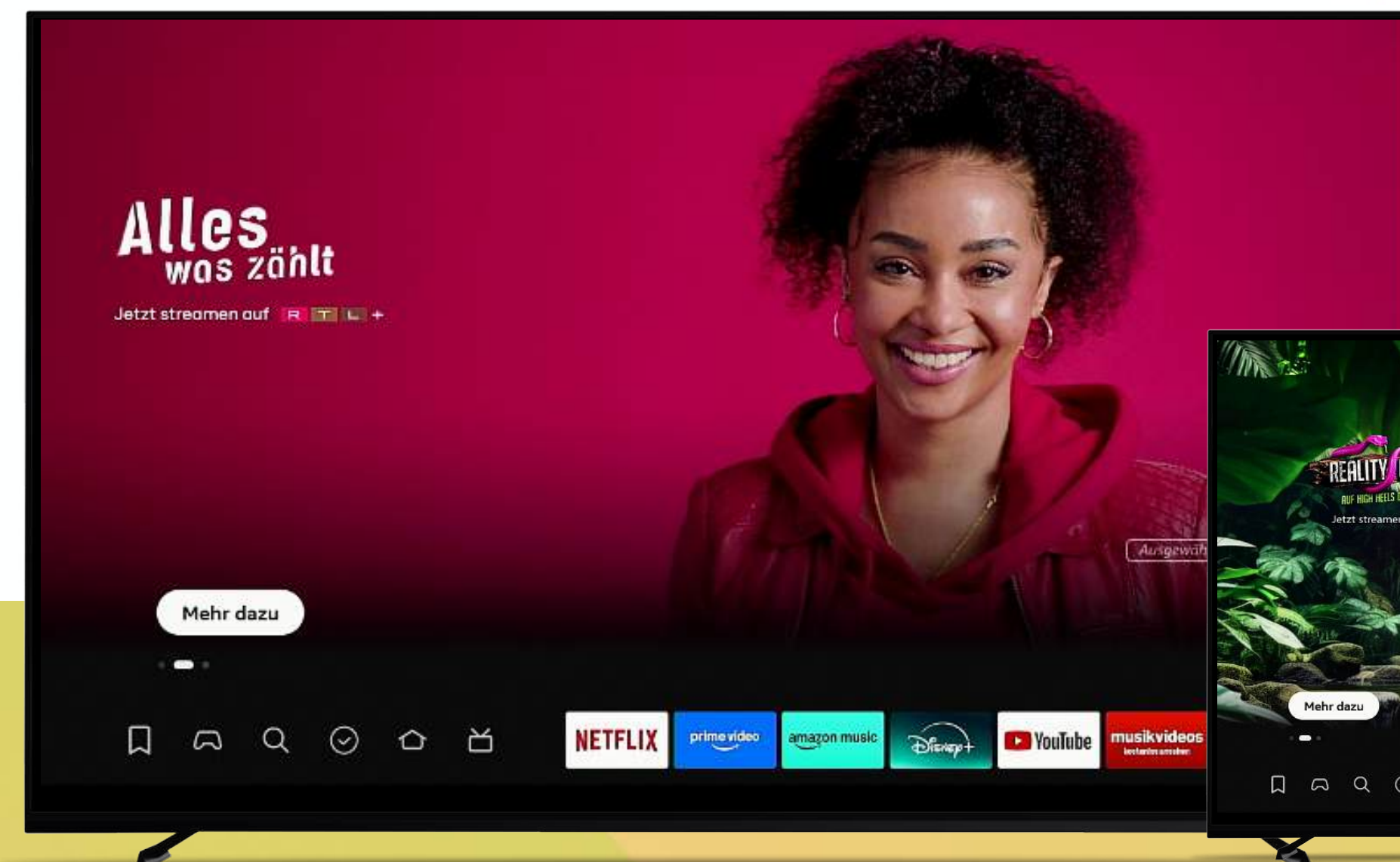
Fire TV DE



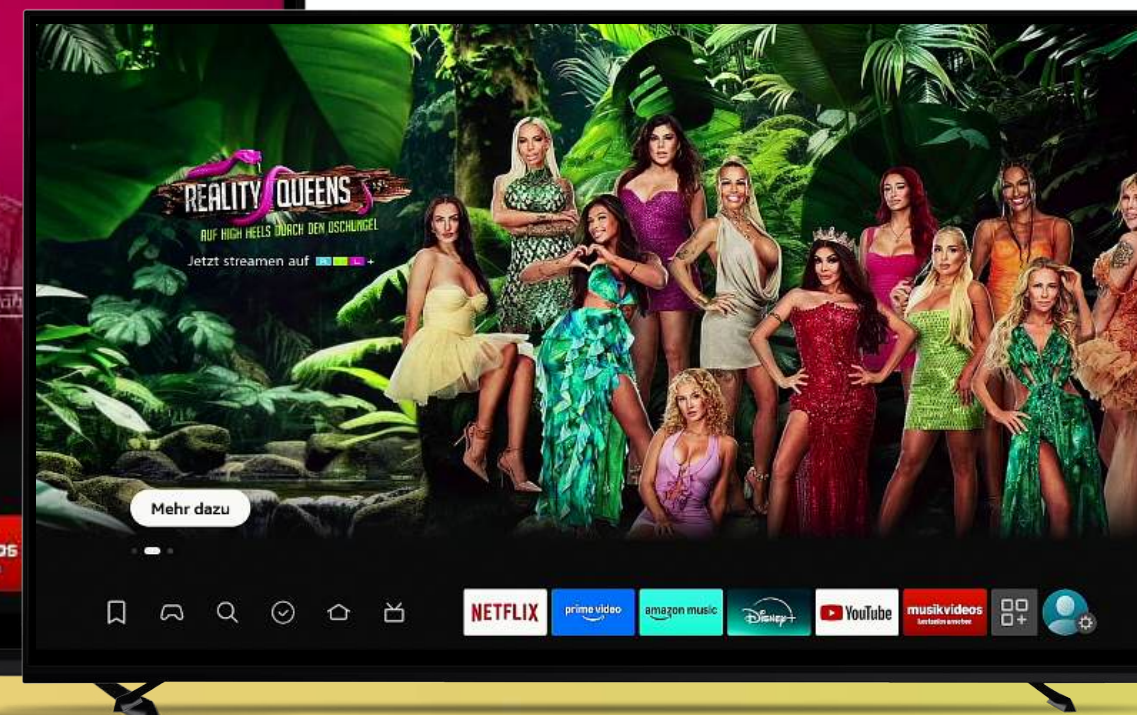
PS5 DE

DER MÄRZ GEHÖRTE DEM FUSSBALL

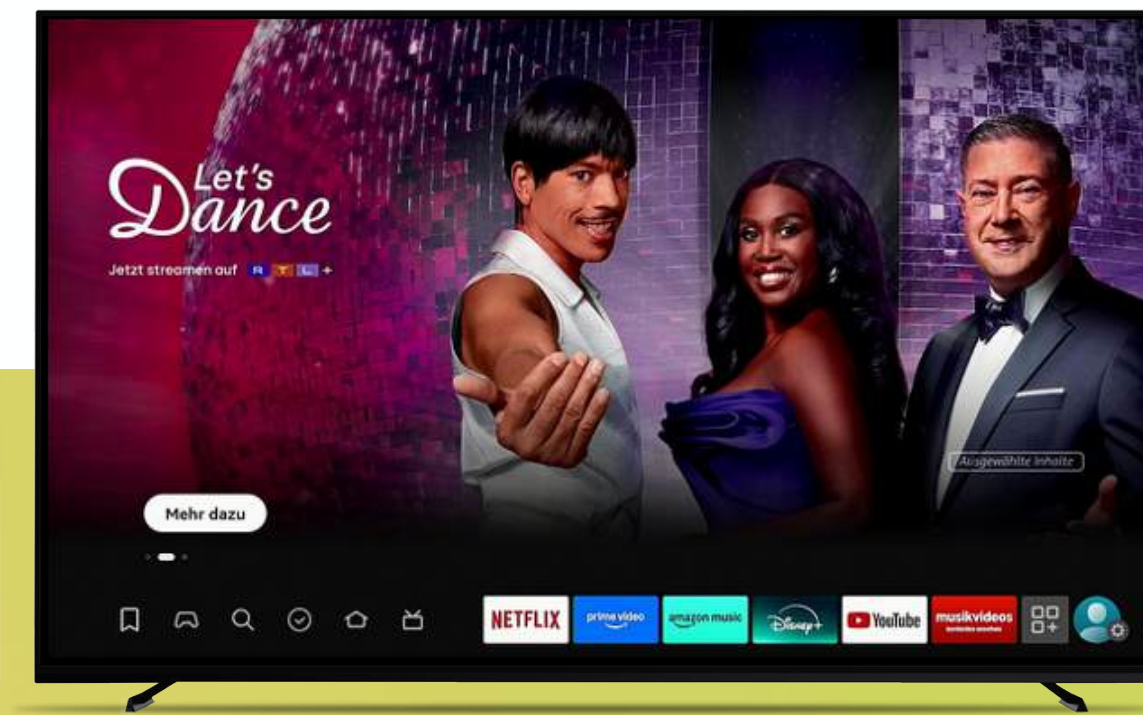
- RTL+ beteiligte sich diesen April nicht nur an der Konversation, sondern dominierte den deutschen Fokus auf lokale Inhalte. Der Streamer vollzog ein komplettes „Takeover“ auf Fire TV und überflutete die Benutzeroberfläche mit einem kuratierten Programm nach dem Motto „für jeden etwas dabei“, das jedes große Genre abdeckte.
- Die Strategie setzte stark auf lokale Verbundenheit und rückte alles ins Rampenlicht- vom nervenaufreibenden Parkett von „Let’s Dance“ über das tägliche Drama von „Alles was zählt“ bis hin zum glitzernden Chaos von „Reality Queens- Auf High Heels durch den Dschungel“. Das wahre Kronjuwel war jedoch das exklusive Streaming-Debüt von „Das Kanu des Manitu“, das am Ostersonntag auf der Plattform erschien. Durch die Kombination dieser hochkarätigen Lokal-Premieren mit einer dauerhaften Präsenz auf Fire TV stellte RTL+ sicher, dass sie die unangefochtene Anlaufstelle für das deutsche Publikum waren, das nach vertrauten Gesichtern und frischen Hits suchte.
- Aktuelles:** „[Broadband TV News](#)“ merkt an, dass die Europäische Kommission der RTL Group die bedingungslose Genehmigung für die Übernahme von Sky Deutschland erteilt hat, wobei der Abschluss der Transaktion für den 1. Juni 2026 vorgesehen ist. Diese Fusion bündelt die umfangreichen Sportrechte von Sky mit den Unterhaltungsmarken von RTL und schafft so ein gewaltiges deutschsprachiges Medienunternehmen, das in der Lage ist, die globalen Streaming-Plattformen herauszufordern.



Fire TV DE



Fire TV DE



Fire TV DE



Fire TV DE



LOOPER INSIGHTS

hello@looperinsights.com
looperinsights.com

