



YouTube-
Trendbericht
2016

Der YouTube-Trendbericht zu den Olympischen Sommerspielen

Obwohl die Olympischen Sommerspiele 2016 noch nicht begonnen haben, werden die betreffenden Sportarten – wie Basketball, Schwimmen, Kunstturnen und ja, der Moderne Fünfkampf – weltweit bereits Millionen Stunden auf YouTube angesehen.

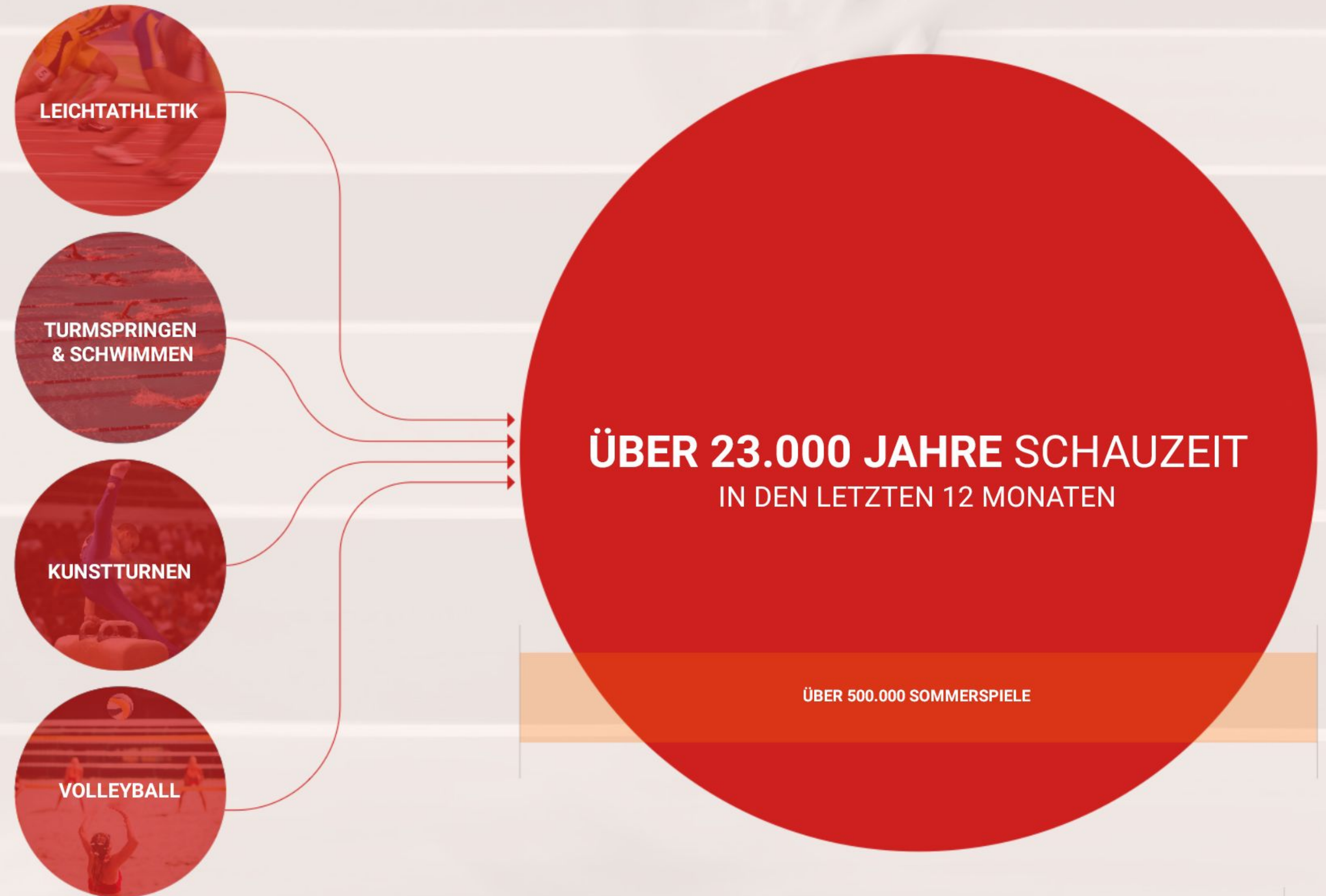
Der YouTube-Trendbericht zu den Sommerspielen bietet Einsichten in die Lieblingssportarten der Fans auf der ganzen Welt sowie in ihre Sehgewohnheiten und die Dinge, für die sie sich besonders begeistern.*

*Dieser Bericht dient lediglich zur Information und wird vom IOC, dem Nationalen Organisationskomitee Rio 2016 oder den Nationalmannschaften weder finanziert noch genehmigt.

Google

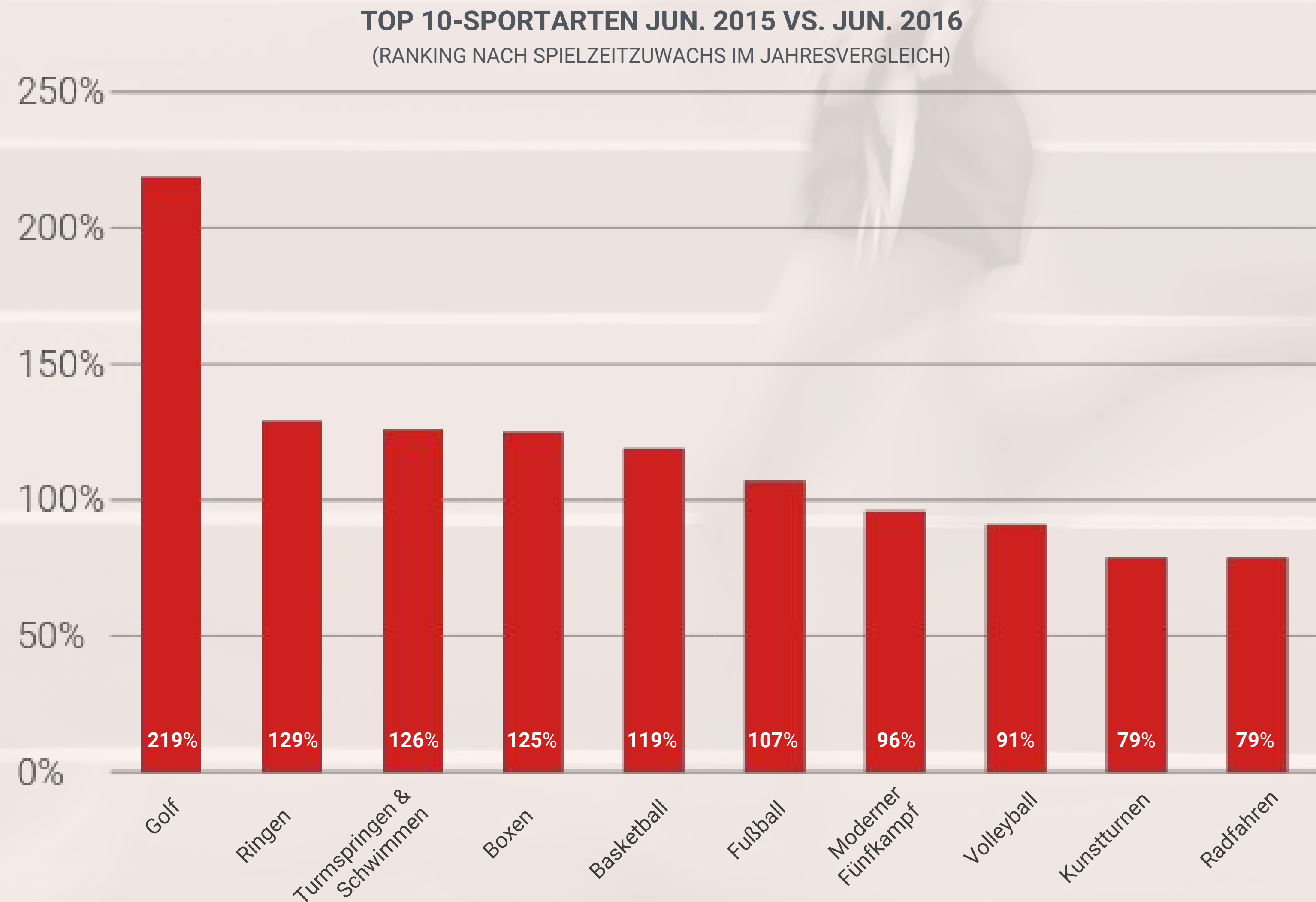


Allein in den letzten 12 Monaten wurden Inhalte in einer Größenordnung von über 23.000 Jahren über Leichtathletik, Wasserspringen und Schwimmen, Kunstturnen und Volleyball angesehen. Um diese Zahl ins rechte Licht zu rücken: Sie entspricht einer Person, die alle 17 Tage der Sommerspiele 24 Stunden am Tag anschaut – aber nicht einmal, sondern über eine halbe Million Mal.



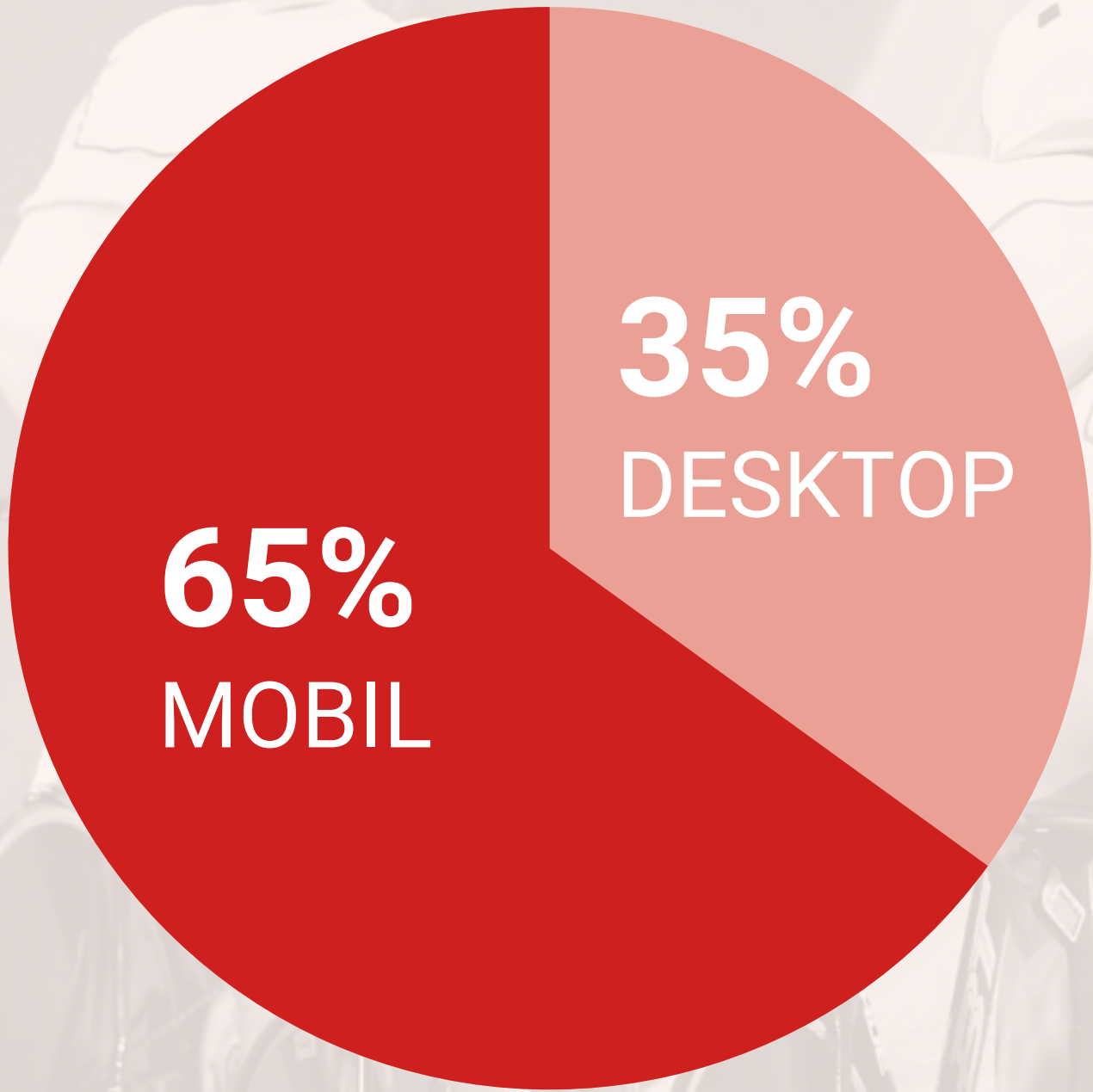
Quelle: Google-Daten, weltweit, Grundlage für die Einstufung als Video über „Leichtathletik“, „Kunstturnen“, „Wasserspringen und Schwimmen“ oder „Volleyball“ bilden öffentliche Daten wie Überschriften und Tags; sehr wahrscheinlich wurden nicht alle Videos erfasst, die im Zeitraum Jul. 2015 - Jun. 2016 auf YouTube verfügbar waren.

Da sich die Fans für die Spiele rüsten, wächst die Spielzeit bei Sport auf YouTube an. Golf, das nun wieder olympisch geworden ist, verzeichnet derzeit den höchsten Spielzeitzuwachs bei den Sommerspielen.



Quelle: YouTube-Daten, weltweit, Grundlage für die Zuordnung bilden öffentliche Daten wie Überschriften und Tags; sehr wahrscheinlich wurden nicht alle Videos erfasst, die im Zeitraum Jun. 2015 - Jun. 2016 auf YouTube verfügbar waren.

Sportinhalte werden meistens auf Mobilgeräten geschaut. 65 Prozent der weltweiten Schauzeit für olympische Sportvideos wurden in den letzten 12 Monaten auf Mobilgeräten verzeichnet.

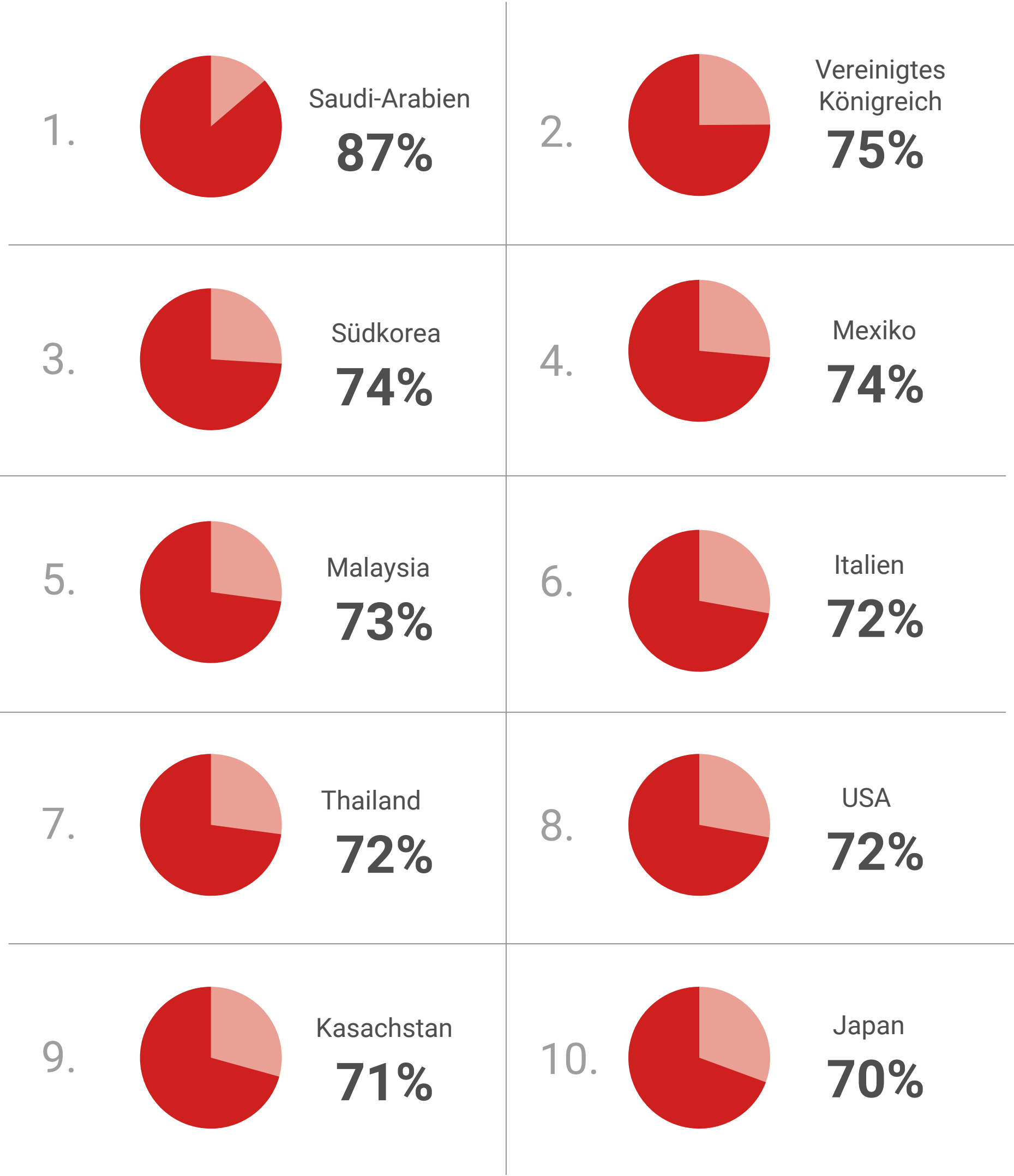


OLYMPISCHE SPORTVIDEOS
WELTWEITE SCHAUZEIT AUF
MOBILGERÄTEN

**Vollständige Liste der miteinbezogenen Länder finden Sie im Anhang.*

Quelle: YouTube-Daten, weltweit und Länder mit Interesse an olympischen Sportarten, Zuordnung basiert auf öffentlichen Daten wie Überschriften und Tags; sehr wahrscheinlich wurden nicht alle Videos erfasst, die im Zeitraum Jul. .2015 - Jun. 2016 auf YouTube verfügbar waren.

ANTEIL DER SCHAUZEIT AUF MOBILGERÄTEN
TOP 10-LÄNDER*



Fans auf der ganzen Welt nutzen YouTube, um ihre Lieblingssportarten zu sehen. Hier ein Blick auf einige Sportarten der Sommerspiele und Länder, in denen sie beliebt sind; Grundlage ist der Anteil der Spielzeit auf YouTube in den einzelnen Ländern.*

*Vollständige Liste der Sportarten und Länder im Ranking finden Sie im Anhang.

Quelle: YouTube-Daten, Grundlage für die Einstufung als Länder mit Interesse an olympischen Sportarten bilden öffentliche Daten wie Überschriften und Tags; sehr wahrscheinlich wurden nicht alle Videos erfasst, die im Zeitraum Jul. 2015 - Jun. 2016 auf YouTube verfügbar waren.

Basketball ist in den USA möglicherweise Favorit, da sich Fernsehzuschauer zu Anfang des Jahres in Rekordzahlen in die NBA Finals eingeschaltet haben, aber die Philippinen verzeichnen den höchsten Anteil an Spielzeit bei Basketball auf YouTube.**

BASKETBALL

1.		Philippinen	2.		Vereinigte Staaten	3.		Kanada
----	---	-------------	----	---	--------------------	----	---	--------

Es überrascht nicht, dass Europa bei der Spielzeit bei Fußball stark ist, aber den Spitzenplatz hält hier Argentinien.

FUSSBALL

1.		Argentinien	2.		Italien	3.		Polen
----	---	-------------	----	---	---------	----	---	-------

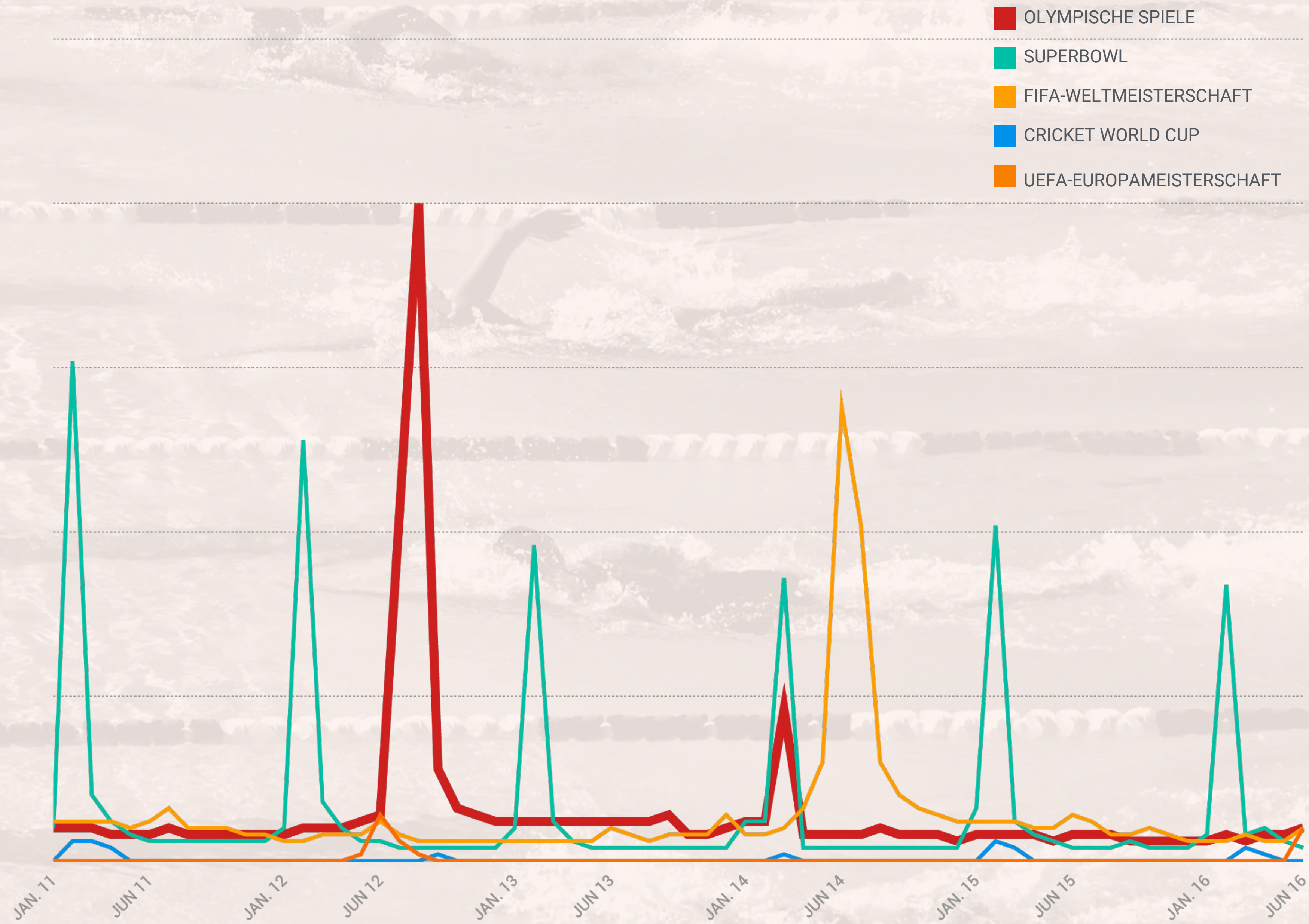
Japan, der Veranstalter des Rugby World Cup 2019, „hält“ auf YouTube hinter Frankreich und Australien den drittgrößten Anteil der Spielzeit bei Rugby.

RUGBY

1.		Australien	2.		Frankreich	3.		Japan
----	---	------------	----	---	------------	----	---	-------

**<http://variety.com/2016/tv/ratings/tv-ratings-nba-finals-game-7-record-1201799138/>

Während Sport auf YouTube Millionen Stunden Spielzeit beiträgt, suchen Fans auch verstärkt danach. Tatsächlich haben die Sommerspiele das Suchinteresse im Vergleich zu den Lieblingssportveranstaltungen der Fans, wie der letzte World Cup und die beiden vergangenen UEFA-Europameisterschaften, am stärksten angeheizt.



Quelle: Google Trends, YouTube-Suche, weltweit, monatlich, Jan. 2011 - Jun. 2016.

Von unglaublichen Siegen zu Superleistungen, die beliebtesten Momente der Fans umfassen Sport und Kultur im Umfeld der Sommerspiele.

TOP 10-VIDEOS DER SOMMERSPIELE 2012
(RANKING NACH OFFIZIELLEN CHANNEL VIEWS BEI OLYMPIADEN)

1.



Usain Bolt gewinnt olympisches Gold über 100 m – Olympische Sommerspiele London 2012
2.



Spice Girls – Auftritt London 2012
3.



USA vs. Nigeria - USA brechen den olympischen Punkterekord - Basketball-Gruppe A – Olympische Sommerspiele London 2012
4.



Mr. Bean/Rowan Atkinson – Auftritt London 2012
5.



James Bond und die Queen – Auftritt London 2012
6.



Usain Bolt gewinnt den Endlauf über 200 m – Olympische Sommerspiele London 2012
7.



Jamaika bricht den 4x100 m Weltrekord der Männer – Olympische Sommerspiele London 2012
8.



Michael Phelps gewinnt Gold - 100 m Delfin der Männer ganzes Rennen – Olympische Sommerspiele London 2012
9.



Finale am Schwebebalken der Frauen – Olympische Sommerspiele London 2012
10.

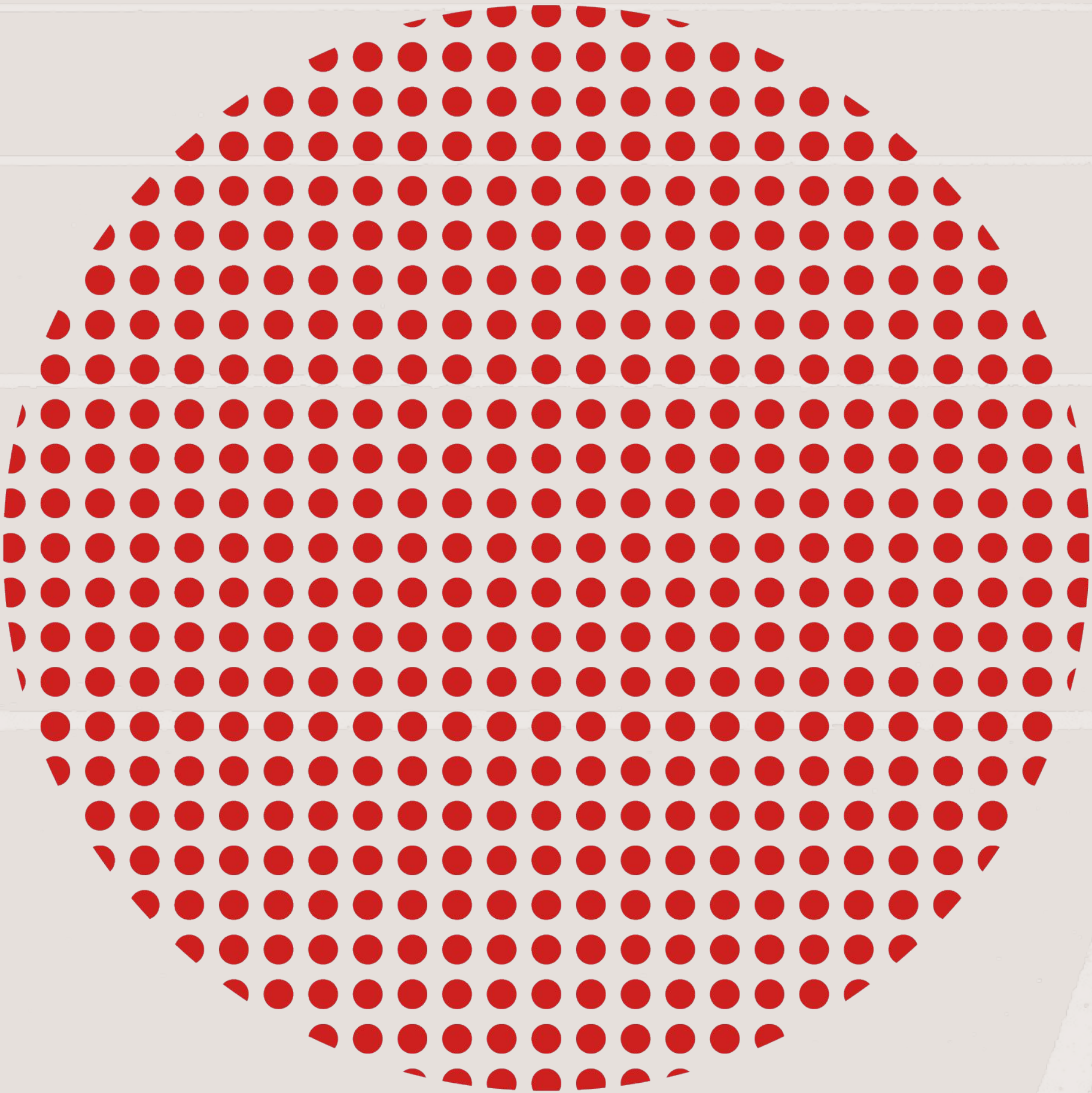


Eröffnungszeremonie Olympische Sommerspiele London 2012 in ganzer Länge

Markenunternehmen platzieren bereits Videoanzeigen auf YouTube, um Athleten, Sportkultur und -leidenschaft rund um die Olympiade zu feiern – und Zuschauer werden darauf aufmerksam. Von April bis Juni 2016 haben Anzeigen der Olympia-Sponsoren mehr als 400 Jahre Schauzeit generiert. Einige der bisherigen Top-Anzeigen sieht man hier.

Quelle: YouTube-Daten, weltweit, Grundlage für die Einstufung der Anzeigen von Olympia-Sponsoren bilden öffentliche Daten wie Überschriften und Tags; sehr wahrscheinlich wurden nicht alle Videos erfasst, die im Zeitraum Apr. 2016 - Jun. 2016 auf YouTube verfügbar waren. Die Einstufung der Anzeigen wurde durch einen Algorithmus erstellt, der bezahlte und organische Views sowie Zuschauerbindungsdaten berücksichtigt.

ÜBER 400 JAHRE SCHAUZEIT FÜR ANZEIGEN VON OLYMPIA-SPONSOREN



APR. 2016 - JUN. 2016

● EIN JAHR ANZEIGEN-SCHAUZEIT

BEISPIELE DER TOP-ANZEIGEN



Always
Always #LikeAGirl – Keep Playing



Minute Maid
Minute Maid #doingood I See What U.S. Olympian Missy Franklin Has To Say



P&G
P&G Thank You, Mom – Strong – Rio 2016 Olympische Spiele



Samsung
Samsung Offizieller TV-Spot: "The Chant" – Rio 2016 Olympische Spiele

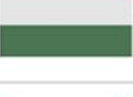
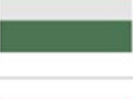
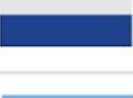
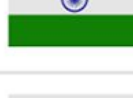
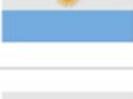


Visa
Visa | The Carpool to Rio - featuring Team Visa Olympians

Anhang

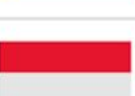
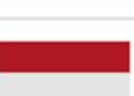


TOP 3-LÄNDER MIT DEM GRÖSSTEN ANTEIL DER SPIELZEIT BEIM SPORT NACH SPORTART

BOGENSCHIESSEN	1.  Kanada	2.  Vereinigte Staaten	3.  Ungarn
LEICHTATHLETIK	1.  Japan	2.  Kanada	3.  Indien
BADMINTON	1.  Malaysia	2.  Indonesien	3.  Südkorea
BASKETBALL	1.  Philippinen	2.  Vereinigte Staaten	3.  Kanada
BOXEN	1.  Kasachstan	2.  Tschechien	3.  Thailand
KANUSPORT	1.  Tschechien	2.  Kanada	3.  Vereinigte Staaten
RADFAHREN	1.  Tschechien	2.  Kolumbien	3.  Frankreich
TURMSPRINGEN & SCHWIMMEN	1.  Niederlande	2.  Türkei	3.  Russland
PFERDESPORT	1.  Ungarn	2.  Ukraine	3.  Tschechien
FECHTEN	1.  Ungarn	2.  Vietnam	3.  Tschechien
FELDHOCKEY	1.  Niederlande	2.  Argentinien	3.  Indien
FUSSBALL	1.  Argentinien	2.  Italien	3.  Polen
GOLF	1.  Japan	2.  Südkorea	3.  Kanada
KUNSTTURNEN/TRAMPOLIN	1.  Vereinigte Staaten	2.  Australien	3.  Kanada
HANDBALL	1.  Ungarn	2.  Polen	3.  Frankreich

Quelle: YouTube-Daten, Grundlage für die Einstufung von Ländern mit Interesse an olympischen Sportarten bilden die Bedeutung bei Olympiaden und öffentliche Daten wie Überschriften und Tags; sehr wahrscheinlich wurden nicht alle Videos erfasst, die im Zeitraum Jul .2015 - Jun. 2016 auf YouTube verfügbar waren.

TOP 3-LÄNDER MIT DEM GRÖSSTEN ANTEIL DER SPIELZEIT BEIM SPORT NACH SPORTART

JUDO	1.  Japan	2.  Südkorea	3.  Kasachstan
MODERNER FÜNFKAMPF	1.  Tschechien	2.  Ungarn	3.  Polen
RUDERN	1.  Vietnam	2.  Thailand	3.  Südkorea
RUGBY	1.  Australien	2.  Frankreich	3.  Japan
SEGELN	1.  Kanada	2.  Australien	3.  Niederlande
SCHIESSEN	1.  Vereinigte Staaten	2.  Russland	3.  Tschechien
SYNCHRONSCHWIMMEN	1.  Spanien	2.  Niederlande	3.  Kanada
TISCHTENNIS	1.  Südkorea	2.  Japan	3.  Indonesien
TAEKWONDO	1.  Südkorea	2.  Vietnam	3.  Indonesien
TENNIS	1.  Japan	2.  Südkorea	3.  Indien
TRIATHLON	1.  Spanien	2.  Deutschland	3.  Frankreich
VOLLEYBALL	1.  Thailand	2.  Philippinen	3.  Vietnam
WASSERBALL	1.  Ungarn	2.  Niederlande	3.  Japan
GEWICHTHEBEN	1.  Tschechien	2.  Russland	3.  Kasachstan
RINGEN	1.  Indien	2.  Malaysia	3.  Saudi Arabien

Quelle: YouTube-Daten, Grundlage für die Einstufung von Ländern mit Interesse an olympischen Sportarten bilden die Bedeutung bei Olympiaden und öffentliche Daten wie Überschriften und Tags; sehr wahrscheinlich wurden nicht alle Videos erfasst, die im Zeitraum Jul .2015 - Jun. 2016 auf YouTube verfügbar waren.