



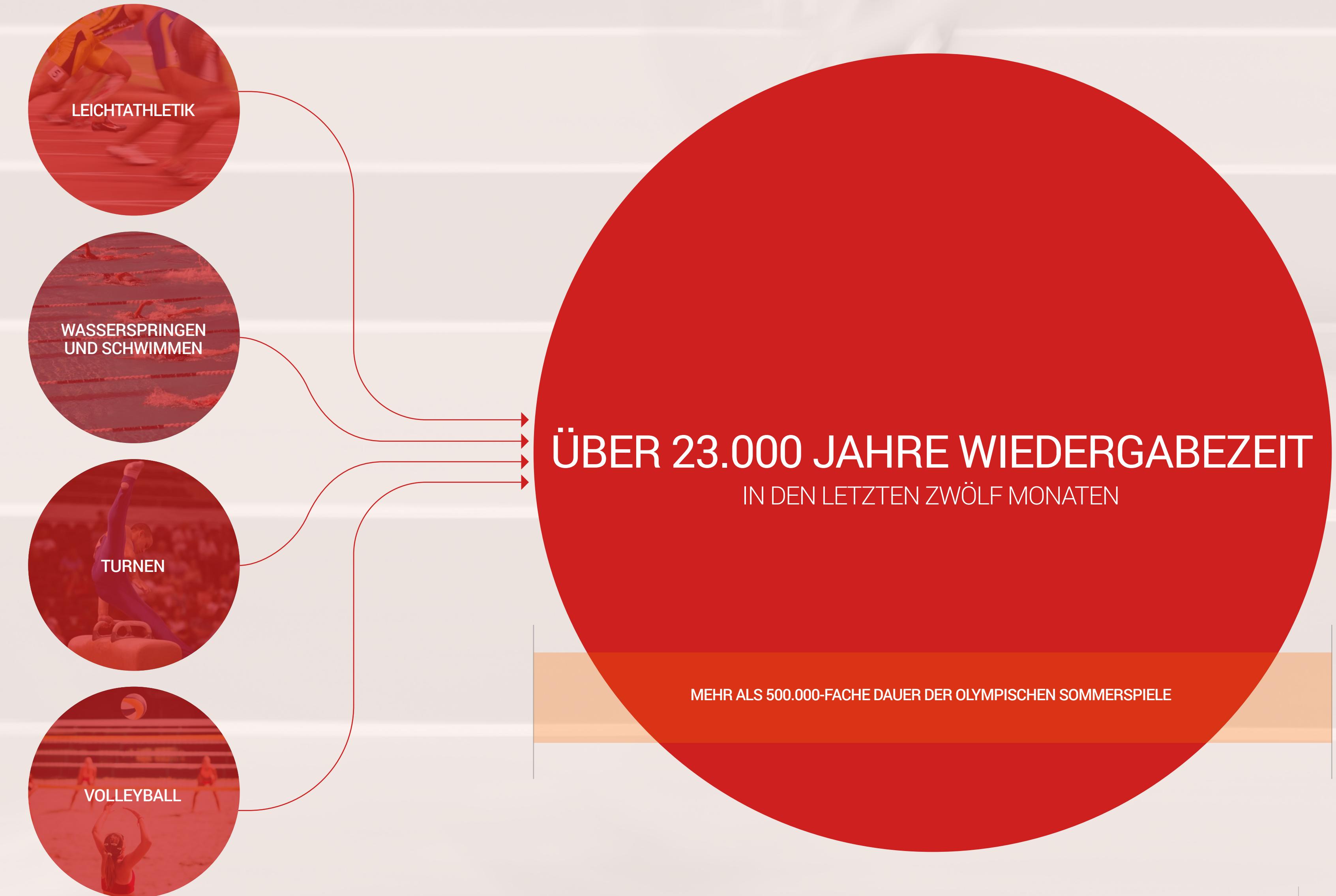
YouTube-
Trendbericht
2016

YouTube-Bericht zu den Olympischen Sommerspielen

Nach dem Beginn der Olympischen Sommerspiele 2016 registrieren wir auf YouTube für die im Mittelpunkt des Interesses stehenden Sportarten wie Basketball, Schwimmen, Turnen und den modernen Fünfkampf weltweit Wiedergabezeiten von Millionen von Stunden. Der YouTube-Bericht zu den Olympischen Sommerspielen bietet Einblicke in die beliebtesten Sportarten von Fans in aller Welt. Außerdem enthält er Informationen dazu, auf welchen Geräten sich die Nutzer die Videos ansehen und was sie besonders begeistert.*

* Dieser Bericht dient nur zu Informationszwecken und wird nicht vom IOC, vom nationalen Komitee für Rio 2016 oder von den nationalen Teams gesponsert oder unterstützt.

Allein in den letzten zwölf Monaten haben sich Nutzer auf YouTube mehr als 23.000 Jahre Videoinhalte zu Leichtathletik, Wasserspringen und Schwimmen, Turnen sowie Volleyball angesehen. Zum Vergleich: Um auf eine solche Zahl zu kommen, müsste man sich alle 17 Veranstaltungstage der Olympischen Sommerspiele rund um die Uhr ansehen – und das über eine halbe Million Mal.

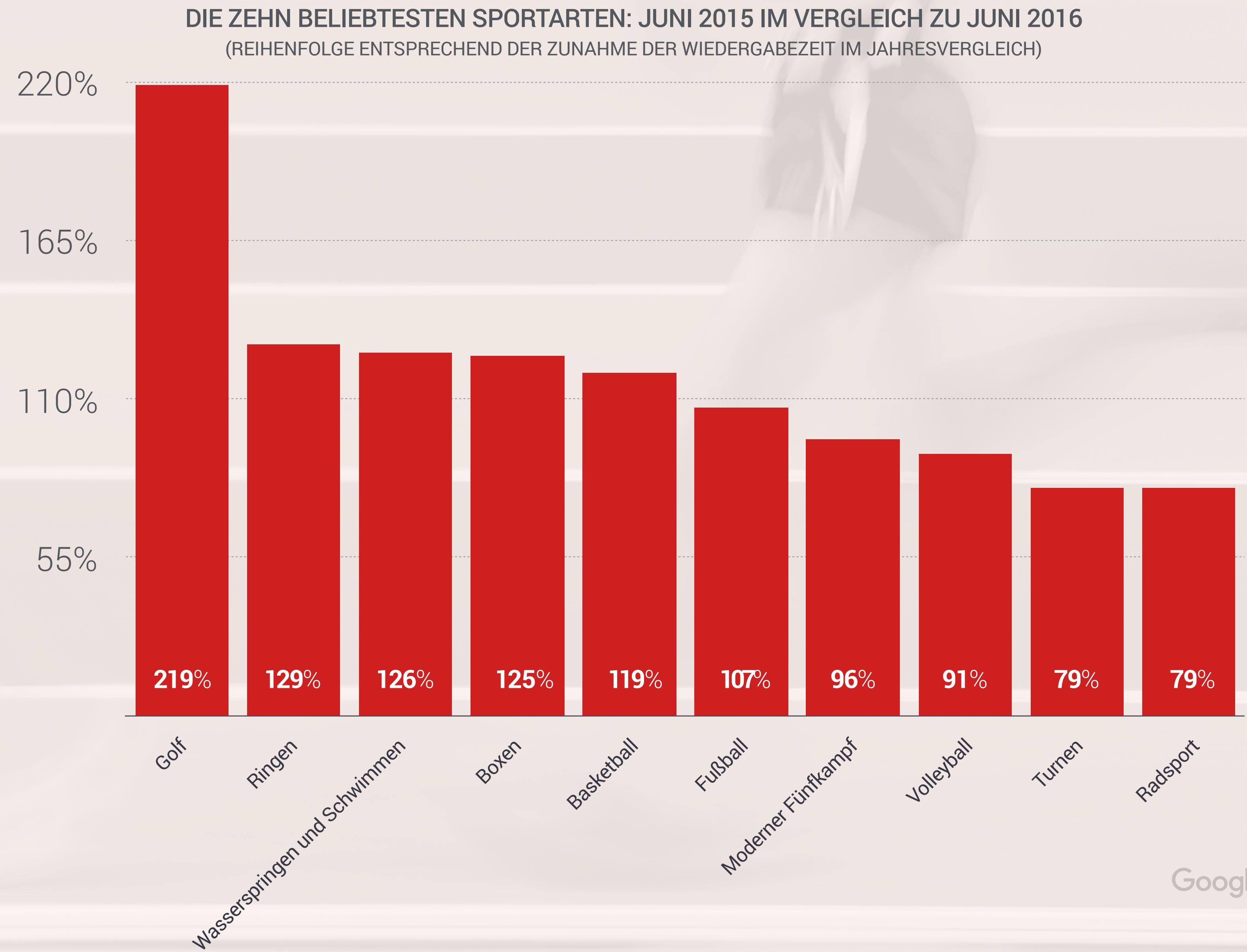


Quelle: Google-Daten weltweit. Die Klassifizierung als Video zu "Leichtathletik", "Turnen", "Wasserspringen und Schwimmen" bzw. "Volleyball" erfolgte anhand von öffentlichen Daten wie Titeln und Tags. Möglicherweise wurden nicht alle auf YouTube verfügbaren entsprechenden Videos berücksichtigt. Zeitraum: Juli 2015–Juni 2016

Google



Während die Fans den Olympischen Spielen entgegenfiebern, nimmt auf YouTube die Wiedergabezeit für Sport zu. Unter den bei den Sommerspielen vertretenen Sportarten haben wir beim Golf, das in diesem Sommer sein Comeback bei Olympia feiert, die stärkste Zunahme der Wiedergabezeit registriert.

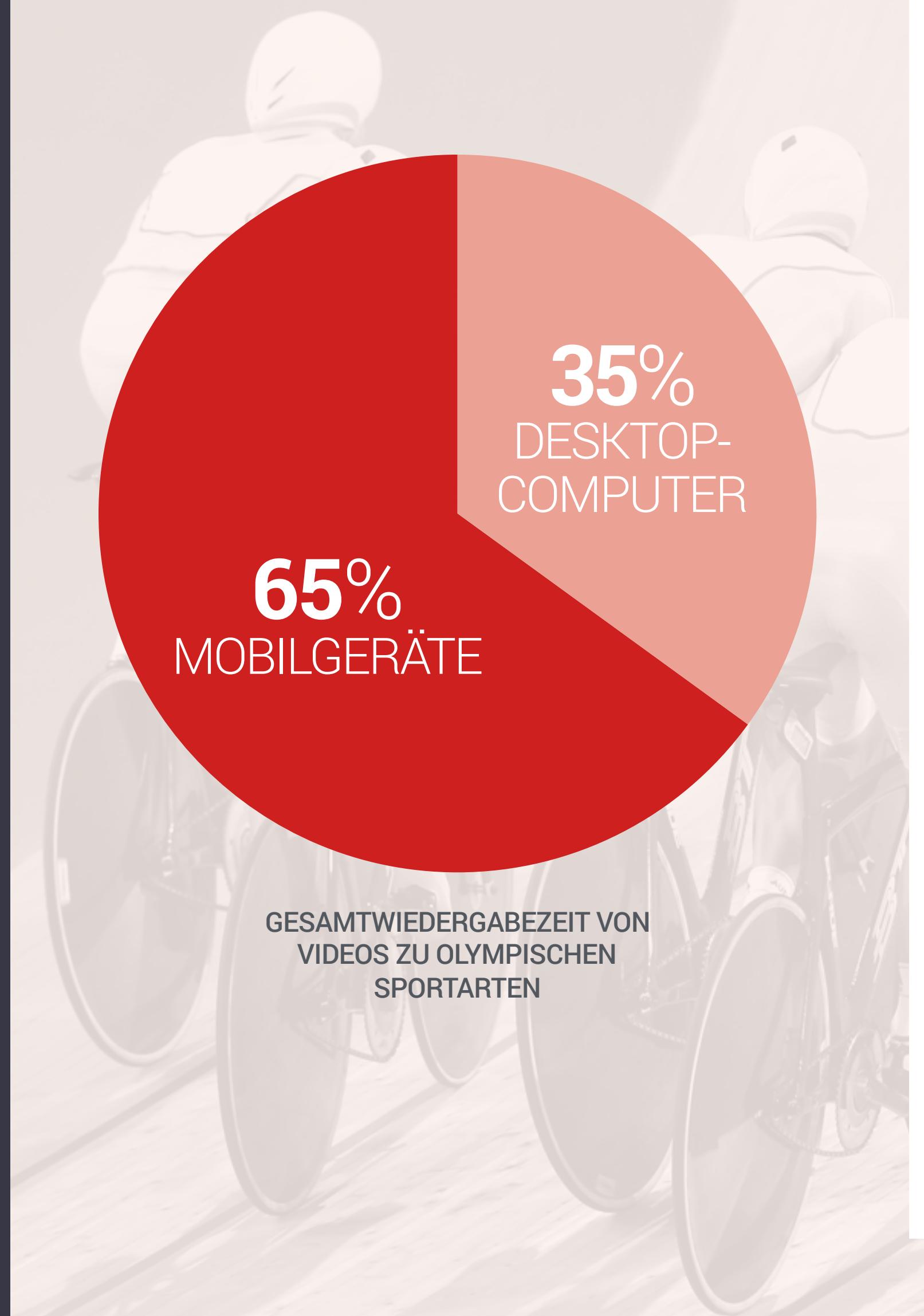


Nutzer sehen sich Sport-inhalte überwiegend auf Mobilgeräten an: In den letzten zwölf Monaten entfielen 65 % der Gesamt-wiedergabezeit von Videos zu olympischen Sportarten auf Mobilgeräte.

* Die Liste mit allen berücksichtigten Ländern finden Sie im Anhang.

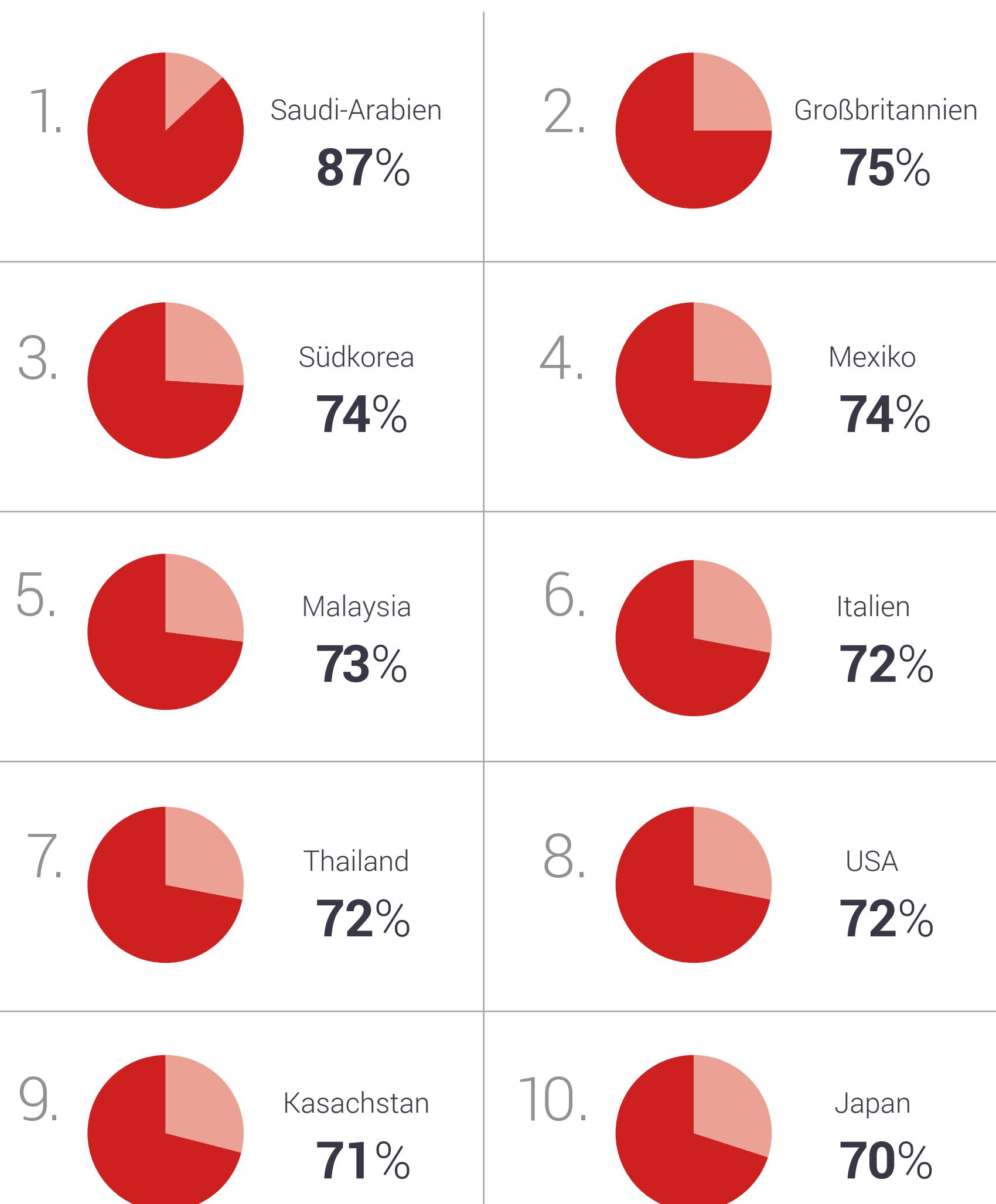
Quelle: YouTube-Daten weltweit. Länder mit Interesse an olympischen Sportarten. Die Klassifizierung basiert auf der olympischen Relevanz und erfolgte anhand von öffentlichen Daten wie Titeln und Tags.

Möglicherweise wurden nicht alle auf YouTube verfügbaren entsprechenden Videos berücksichtigt. Zeitraum: Juli 2015–Juni 2016



ANTEIL DER WIEDERGABEZEIT AUF MOBILGERÄTEN

DIE LÄNDER MIT DEN ZEHN HÖCHSTEN ANTEILEN*



Fans in aller Welt sehen sich auf YouTube Videos zu ihren Lieblingssportarten an. Hier sind einige Sportarten aufgeführt, die bei den Olympischen Sommerspielen vertreten sind. An ihrem Anteil an der Wiedergabezeit von YouTube-Sportvideos in dem jeweiligen Land lässt sich erkennen, in welchen Ländern diese Sportarten besonders beliebt sind.*

Basketball erfreut sich in den USA ganz bestimmt großer Beliebtheit: In diesem Jahr wurden bei den Fernsehübertragungen der NBA Finals Rekordeinschaltquoten erzielt. Beim Anteil der Basketballwiedergabezeit auf YouTube liegen allerdings die Philippinen an der Spitze.**

BASKETBALL



Erwartungsgemäß entfällt in Europa ein hoher Anteil der Wiedergabezeit auf den Fußball. Spitzenreiter ist allerdings Argentinien.

FUSSBALL



In Japan, wo 2019 die Rugbyweltmeisterschaft stattfindet, ist der Anteil der Rugbywiedergabezeit auf YouTube am dritthöchsten nach Frankreich und Australien.

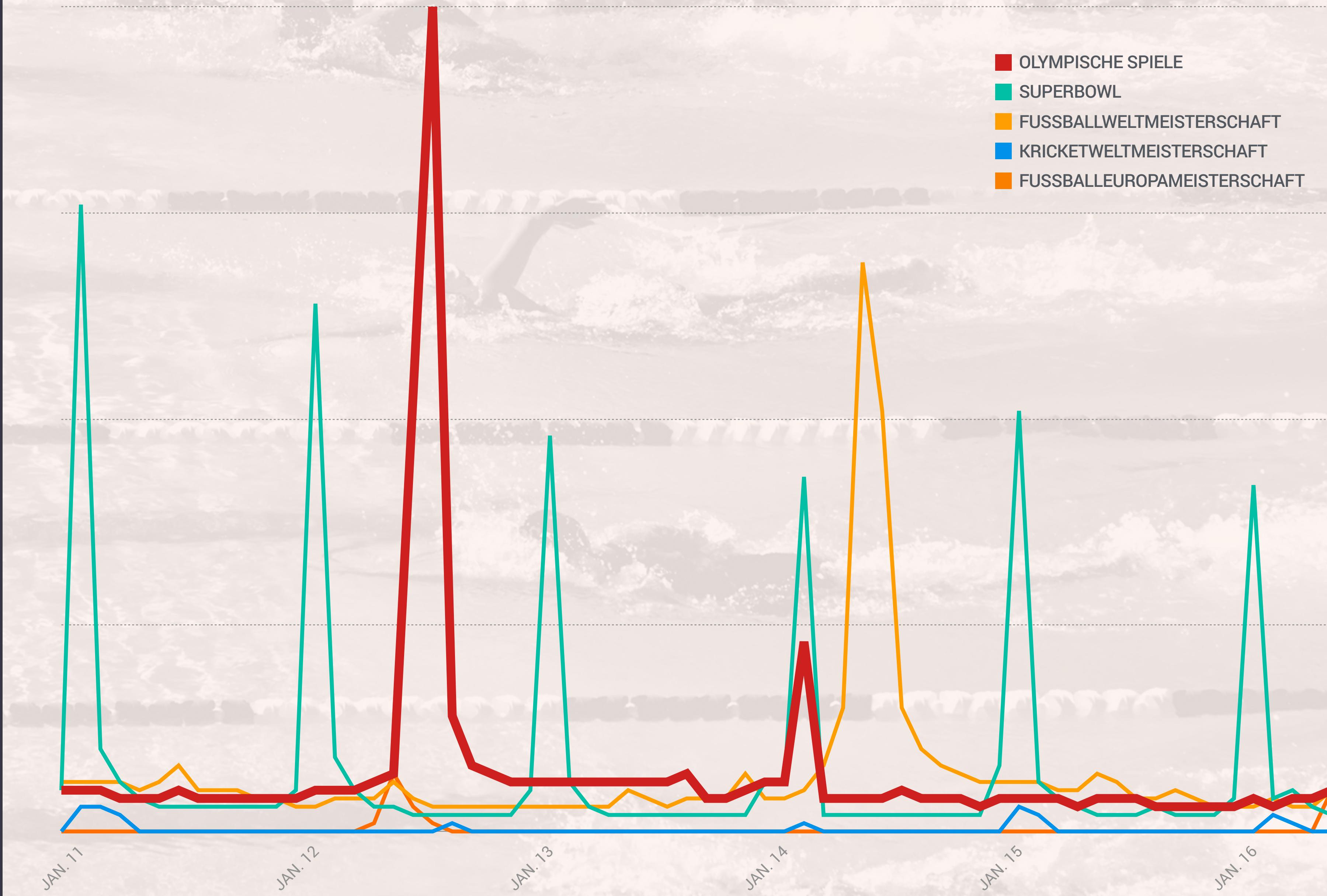
RUGBY



* Im Anhang sind alle in der Rangliste enthaltenen Sportarten und Länder aufgeführt.

Auf YouTube entfallen Millionen Stunden Wiedergabezeit auf Sportvideos. Durch den Sport werden Fans aber auch zu Suchanfragen animiert. Tatsächlich hat durch die Olympischen Sommerspiele das Suchinteresse auf YouTube stärker zugenommen als durch andere Sportereignisse, die bei Fans in aller Welt beliebt sind, wie die Fußballweltmeisterschaft und die letzten beiden Fußballeuropameisterschaften.

Quelle: Google Trends, YouTube-Suche weltweit – monatlich, Januar 2011–Juni 2016



Von unvergesslichen Siegen bis hin zu Auftritten von Stars – die Fans interessieren sich sowohl für den Sport als auch für die kulturellen Veranstaltungen im Umfeld der Sommerspiele.

DIE ZEHN BELIEBTESTEN VIDEOS VON DEN OLYMPISCHEN SOMMERSPIELEN 2012

(REIHENFOLGE ENTSPRECHEND DEN AUFRUFEN IM OFFIZIELLEN OLYMPIC CHANNEL)



1. Usain Bolt gewinnt olympisches Gold über 100 Meter – Olympische Spiele 2012 in London

3. USA gegen Nigeria: US-Team stellt neuen olympischen Punkterekord auf – Basketball, Gruppe A, Olympische Spiele 2012 in London

5. James Bond und die Queen – Auftritt in London 2012

7. Jamaika bricht Weltrekord über 4 x 100 Meter der Männer – Olympische Spiele 2012 in London

9. Finale der Frauen am Schwebebalken – Olympische Spiele 2012 in London



2. Auftritt der Spice Girls 2012 in London

4. Mr. Bean – Auftritt von Rowan Atkinson, London 2012

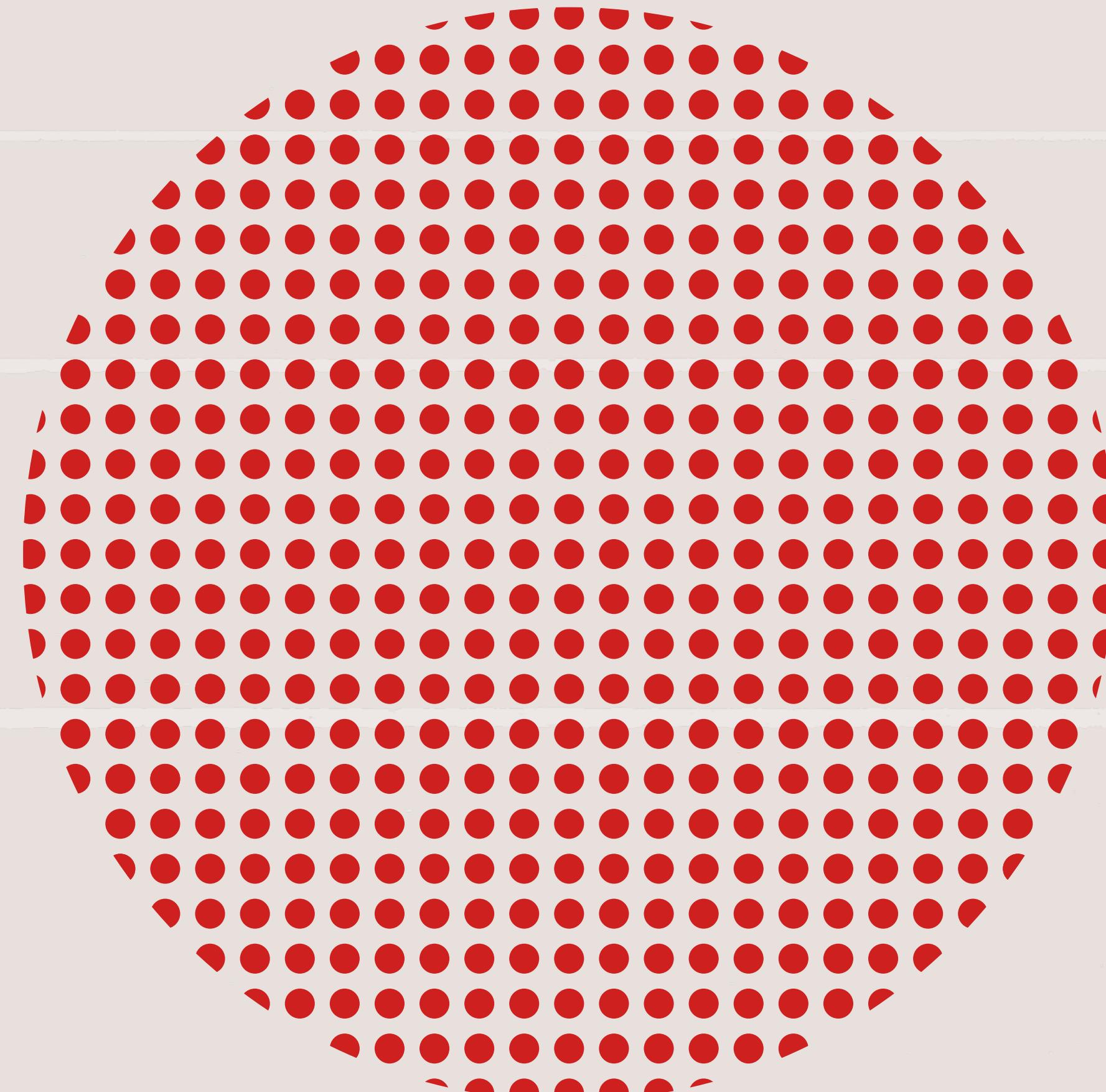
6. Usain Bolt gewinnt Finale über 200 Meter – Olympische Spiele 2012 in London

8. Michael Phelps gewinnt Gold – Finale der Männer über 100 Meter Schmetterling in voller Länge, Olympische Spiele 2012 in London

10. Eröffnungsfeier in voller Länge – Olympische Spiele 2012 in London

Von Unternehmen werden bereits Anzeigen hochgeladen, in denen die Sportler, die Kultur und die Leidenschaft in Zusammenhang mit den Sommerspielen gefeiert werden – und diese Anzeigen werden von den Nutzern auch beachtet. Von April 2016 bis Juni 2016 haben die Anzeigen von Sponsoren der Olympischen Spiele bereits eine Wiedergabezeit von mehr als 400 Jahren erreicht. Hier sehen Sie einige der bisherigen Topanzeigen.

ÜBER 400 JAHRE WIEDERGABEZEIT FÜR DIE ANZEIGEN DER SPONSOREN DER OLYMPISCHEN SPIELE 2016



APRIL 2016–JUNI 2016

● EIN JAHR ANZEIGENWIEDERGABEZEIT

Quelle: YouTube-Daten weltweit. Die Klassifizierung der Olympiaanzeigen von Sponsoren erfolgte anhand von öffentlichen Daten wie Titeln und Tags. Möglicherweise wurden nicht alle auf YouTube verfügbaren entsprechenden Videos berücksichtigt. Zeitraum: April 2016–Juni 2016

BEISPIELE FÜR TOPANZEIGEN



Always
Always #WieEinMädchen – Mach weiter
Werbeagentur: Leo Burnett



Minute Maid
Minute Maid #doingood: Hören Sie, was die US-Olympiateilnehmerin Missy Franklin zu sagen hat
Werbeagentur: Doner



P&G
P&G: Danke Mama – Olympische Spiele 2016 in Rio
Werbeagentur: Wieden+Kennedy



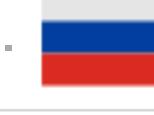
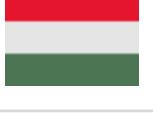
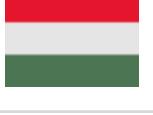
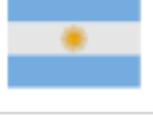
Samsung
Offizieller TV-Spot von Samsung: "The Chant" – Olympische Spiele 2016 in Rio
Werbeagentur: Leo Burnett



Visa
Visa: Die Fahrgemeinschaft nach Rio – mit Olympiateilnehmern vom Team Visa
Werbeagentur: BBDO

Anhang

DIE DREI LÄNDER, IN DENEN DIE JEWELIGE SPORTART DEN GRÖSSTEN ANTEIL AN DER WIEDERGABEZEIT VON SPORTVIDEOS HAT

BOGENSCHIESSEN	1.  Kanada	2.  USA	3.  Ungarn
LEICHTATHLETIK	1.  Japan	2.  Kanada	3.  Indien
BADMINTON	1.  Malaysia	2.  Indonesien	3.  Südkorea
BASKETBALL	1.  Philippinen	2.  USA	3.  Kanada
BOXEN	1.  Kasachstan	2.  Tschechische Republik	3.  Thailand
KANUSPORT	1.  Tschechische Republik	2.  Kanada	3.  USA
RADSPORT	1.  Tschechische Republik	2.  Kolumbien	3.  Frankreich
WASSERSPRINGEN UND SCHWIMMEN	1.  Niederlande	2.  Türkei	3.  Russland
REITSPORT	1.  Ungarn	2.  Ukraine	3.  Tschechische Republik
FECHTEN	1.  Ungarn	2.  Vietnam	3.  Tschechische Republik
FELDHOCKEY	1.  Niederlande	2.  Argentinien	3.  Indien
FUSSBALL	1.  Argentinien	2.  Italien	3.  Polen
GOLF	1.  Japan	2.  Südkorea	3.  Kanada
TURNEN	1.  USA	2.  Australien	3.  Kanada
HANDBALL	1.  Ungarn	2.  Polen	3.  Frankreich

Quelle: YouTube-Daten. Länder mit Interesse an olympischen Sportarten. Die Klassifizierung basiert auf der olympischen Relevanz und erfolgte anhand von öffentlichen Daten wie Titeln und Tags. Möglicherweise wurden nicht alle auf YouTube verfügbaren entsprechenden Videos berücksichtigt. Zeitraum: Juli 2015–Juni 2016

Google



DIE DREI LÄNDER, IN DENEN DIE JEWELIGE SPORTART DEN GRÖSSTEN ANTEIL AN DER WIEDERGABEZEIT VON SPORTVIDEOS HAT

JUDO	1.  Japan	2.  Südkorea	3.  Kasachstan
MODERNER FÜNKAMPF	1.  Tschechische Republik	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.  USA	2.  Russland	3.  Tschechische Republik
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.  Tschechische Republik	2.  Russland	3.  Kasachstan
RINGEN	1.  Indien	2.  Malaysia	3.  Saudi-Arabien

Quelle: YouTube-Daten. Länder mit Interesse an olympischen Sportarten. Die Klassifizierung basiert auf der olympischen Relevanz und erfolgte anhand von öffentlichen Daten wie Titeln und Tags. Möglicherweise wurden nicht alle auf YouTube verfügbaren entsprechenden Videos berücksichtigt. Zeitraum: Juli 2015–Juni 2016

Google

