

Eine Woche nach Beginn der Olympischen Sommerspiele in Paris versucht der Nachrichten-Dienst MEEDIA#Trending aufzulisten, was am meisten Reaktionen im Sozialen Netzwerk hervorrief, welche Sportarten elektrisierten, wer zu den Stars der Spiele zählten und mit welchen Athleten sich speziell die deutschen Online-Medien beschäftigten, interessanterweise mit einem Schwimmer vor einem Zehnkämpfer. Für Fußball bestand im Netz wenig Interesse, und auch Reiten lässt sich nicht finden...

Olympia - die größten Netzthemen

Die Erkenntnisse in dieser #trending-Ausgabe basieren zu großen Teilen auf einer Studie des Analyse-Unternehmens Unicepta, das verschiedene Aspekte der Spiele von Paris aus insgesamt fast 48 Millionen Artikeln und Posts ausgewertet hat. Spannend ist beispielsweise, dass es an den ersten Tagen die größte Aufmerksamkeit bei den Nutzerinnen und Nutzern gab: Weltweit zählte Unicepta beispielsweise über 100 Millionen Reaktionen in den sozialen Netzwerken und Online-Medien auf die Eröffnungsfeier.

Im Mittelpunkt der Diskussionen standen das Comeback von Céline Dion, sowie eine Szene aus der Feier, die von vielen als queere Anspielung auf das Gemälde "Das letzte Abendmahl" missverstanden wurde. Allerdings schreiben selbst christliche Medien wie "evangelisch.de" treffend: "Betrachtet man die Szene genauer, so lässt sich feststellen, dass es in der Szene selbst so gut wie keine Anspielungen auf das Gemälde 'Das letzte Abendmahl' gibt." Und weiter: "Der einzige Bezug zum Gemälde sind Personen, die hinter einem Tisch stehen. Das ist, bei allem Respekt, ein sehr dürrtiger Beleg. Ist dann die Darstellung des Lehrertischs bei 'Harry Potter' auch eine Anspielung auf Da Vinci?" Dennoch führte die Szene zu empörten Reaktionen bis hin zu Donald Trump und dem Vatikan. Von den sozialen Netzwerken brauche ich hier gar nicht erst anzufangen.

Im Verlauf der weiteren Spiele pendelten sich die Reaktionen in etwa auf 13 Millionen Interaktionen pro Tag ein, aufmerksamkeitsstarke Themen waren das Podium-Selfie der Tischtennistteams aus Nordkorea und Südkorea, die Debatte um die algerische Boxerin Imane Khelif, sowie der Auftritt von Tom Cruise bei der Schlussfeier.

Olympia - die aufmerksamkeitsstärksten Sportarten

Unicepta hat mit seiner "Global Big Data"-Datenbank auch untersucht, welches die Sportarten waren, die bei den Spielen von Paris die größte Aufmerksamkeit in sozialen Netzwerken und Onlinemedien erzeugt haben. In Sachen Social-Media-Interaktionen lag das Geräteturnen vorn, vermutlich fast ausnahmslos wegen des Hypes um Simone Biles, die ja beispielsweise auf Instagram über 12,6 Millionen Followerinnen und Follower verfügt. Rund 35,5 Millionen Interaktionen zum Turnen zählte Unicepta.

Auf den Rängen 2 und 3 folgen wenig überraschend die Publikums-Hits Leichtathletik und Schwimmen - mit 21,3 und 20,6 Millionen Interaktionen. Dahinter auf Platz 4 findet sich dann schon - wohl wegen der oben angesprochenen Imane Khelif - das Boxen. Dahinter folgen dann Schießen, Judo, Basketball, Badminton, Rugby und Hockey. Kein Fußball.

Wie die Online-Medien mit ihrem Aufreger-getriebenen Business funktionieren, zeugt sich bei der Anzahl der Online-Artikel und -Posts zu den einzelnen Sportarten. Hier liegt das Boxen nämlich mit mehr als einer Million Artikel und Posts sogar auf Platz 2 hinter der Leichtathletik. Spannend: Badminton folgt auf Rang 3.

Olympia - die populärsten Sportlerinnen und Sportler

Mit 18,7 Millionen Interaktionen für Posts von und mit Simone Biles führt der Turn-Superstar die Liste der Olympia-Sportlerinnen und -Sportler nach Social-Media-Erfolg an. Allerdings nur knapp, denn mit 18,1 Millionen folgt dahinter schon die Boxerin Imane Khelif. Dass der Social-Media-Erfolg des Geräteturnens aber nicht nur an Biles lag, zeigt sich auf Platz 3: Da findet sich mit 13,3 Millionen Interaktionen die brasilianische Turnerin Rebeca Andrade, ebenfalls ein großer Star, u.a. mit 11,8 Millionen Followerinnen und Followern auf Instagram.

Viele Social-Media-Interaktionen sind übrigens nicht immer die automatische Folge von sportlichem Erfolg. Von den sechs Sportlerinnen und Sportlern, die in Paris fünf Medaillen gewonnen haben (allesamt Schwimmerinnen und Schwimmer), erreichte nur einer eine siebenstellige Interaktionsrate: der französische Schwimmer Leon Marchand mit 7,4 Millionen. Die US-Schwimmerin Regan Smith kam beispielsweise nur auf etwa 384.000, die Australierin Mollie O'Callaghan 146.000.

Olympia-Eröffnungsfeier: 100 Millionen Reaktionen im Netz

Geschrieben von: Jens Schröder/ dl
Freitag, 16. August 2024 um 15:54

Die deutschen Online-Medien stürzten sich in Paris vor allem auf Lukas Märtens. Der Schwimmer tauchte in 4.651 Artikeln und Posts auf. Dahinter folgen der Zehnkämpfer Leo Neugebauer und die Triathletin Laura Lindemann. Spannend: Insgesamt berichteten die deutschen Online-Medien in 48.097 Artikeln und Posts über Sportlerinnen, in 47.975 über Sportler - nahezu ein 50:50-Verhältnis.

Olympia - die Länder mit dem größten Interesse an den Spielen

Spannend finde ich auch die Auflistung der Sichtbarkeit des Hashtags #paris2024. Er wurde zig Millionen mal verwendet, am häufigsten in den USA: 6 Millionen Posts haben dort diesen Hashtag enthalten. Dahinter folgt Brasilien (4,3 Millionen) und dann schon Frankreich mit 3,9 Millionen. Die Olympia-Euphorie war im Ausrichtungsland einfach riesig. Indien folgt mit 1,5 Millionen vor Spanien mit 1,4 Millionen. Deutschland findet sich nicht unter den 10 Top-Ländern, China fehlt aufgrund einer limitierten Analyse der Quellen.