



Facebook Reactions Studie

Facebook Reactions werden zunehmend mehr genutzt

Lese die komplette Studie: quintly.com/blog



Facebook Reactions werden häufiger genutzt!

In der Studie werden 105.000 Facebook-Seiten analysiert. Es wird gezeigt, wie die Facebook Reactions von den Nutzern eingesetzt werden.

Zentrale Erkenntnisse: Der Anteil der Facebook Reactions an allen Interaktionen beträgt 6% mit einer Steigerung von 22,4% von Mai bis Juni 2016; positive Reactions werden häufiger verwendet; Videos erhalten 60% mehr Reactions als Bilder

Der Social-Media-Analytics-Anbieter [quintly](http://quintly.com) hat eine [neue Studie zu Facebook Reactions veröffentlicht](#). Eine Analyse von 105.000 Facebook-Seiten hat gezeigt, dass diese immer besser von den Nutzern angenommen werden. Zwischen Mai und Juni 2016 hat sich deren Verwendung um 22,4% erhöht. Die Reactions “Love” und “Haha” werden am häufigsten verwendet. Positive Inhalte scheinen also mehr Emotionen hervorzurufen und somit zu einer gesteigerten Benutzung der Reactions zu führen.

Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Facebook Reactions bei den Nutzern zunehmend besser ankommen. Insbesondere Videos scheinen Emotionen zu transportieren, welche die Community mit Reactions versehen möchte. Diese Funde können für Unternehmen und ihr Content Marketing sehr hilfreich sein.

— kommentiert CEO und Co-Founder Alexander Peiniger

Die Studie von quintly führt Schritt für Schritt in eine tiefere Analyse und ist somit für ein breites Publikum verständlich. Zunächst werden die Reactions mit Shares und Kommentaren verglichen. Anschließend erfolgt eine Einteilung in unterschiedliche Cluster nach Größe. Inhalte wie Videos und Bilder auf der Postebene werden ebenfalls miteinander verglichen.

Insgesamt zeigt die Studie, dass die Nutzer Facebook Reactions langsam annehmen und dass diese mit den größten Facebook-Seiten am häufigsten benutzt werden. Bisher verwenden nur relativ wenige User die Reactions, die Häufigkeit nimmt jedoch stetig zu. In den kommenden Monaten muss sich zeigen, ob dieser Trend fortgesetzt wird. Für Marketing Manager sind die Informationen, die sich aus der Benutzung der Reactions ergeben, äußerst wertvoll. Durch die generierten Daten kann erkannt werden, welche Emotionen die Nutzer mit dem veröffentlichten Content verbinden. Für mehr Informationen oder eine kostenlose Probeversion von quintly besuchen Sie bitte <https://www.quintly.com>.



Julian Gottke

Communications Manager

julian@quintly.com

[✉ julian.gottke](mailto:julian.gottke)

[🐦 julian_gottke](https://twitter.com/julian_gottke)



Alexander Peiniger

Founder / CEO

alex@quintly.com

[✉ alexander.peiniger](mailto:alexander.peiniger)

[🐦 alexpeiniger](https://twitter.com/alexpeiniger)

ÜBER QUINTLY

quintly is a web-based **social media analytics tool** that helps users track and benchmark their performance against their competitors'. In this way customers can steadily optimize their social media strategy.

quintly was founded in Ennepetal, Germany in early 2011 by the brothers Alexander and Frederik Peiniger and is headquartered in Cologne, Germany now since 2012. Having started off as a duo with the name "AllFacebook

Stats” it was renamed later on to “quintly” as more and more networks have been integrated. Now, quintly’s clients are able to track Facebook, Twitter, YouTube, Google+, LinkedIn, Instagram and blogs through RSS feeds. The company now employs 25 people in **Germany, Brazil** and the **US**, has users in **183 countries** and serves paying clients in 60 countries. After three years in business, last year quintly expanded internationally and has established its US corporation as well as a sales office in Brazil with its headquarters remaining in Cologne. With an international team quintly strives to share their analytics expertise with their clients and through excellent service help them excel in their social media strategies.



quintlyPressemitteilungen