

# MITTAGS-IMPULS INSTAGRAM

Wiesbaden / 08.10.2024

Kommunikation weiterdenken!

# INSTAGRAM

Mehr als nur Urlaubsbilder und Selfies

2 Milliarde  
monatlich aktive  
Nutzer:innen weltweit

30+ Million  
Nutzer:innen in  
Deutschland

Über 80 Prozent der 14-  
bis 29-Jährigen nutzen  
Instagram wöchentlich  
(65 Prozent täglich)

*we are social (2024), ARD/ZDF-Medienstudie (2024)*



# INSTAGRAM

## In Ihrem Marketing-Mix

### Das kann Instagram

- Markenaufbau durch guten Content (informativ, unterhaltsam, inspirierend)
- Einen ersten Touchpoint zu Ihrer Marke schaffen
- Brand Awareness steigern
- Enge Bindung der Zielgruppe an die Marke durch Community Building und Management
- Verläufe steigern durch Influencer Kooperationen oder mehr Awareness
- Support durch mehr Kontakt mit den User:innen
- Einblicke in die Community und direktes Feedback

### Das kann Instagram nicht

- Nutzer:innen können nicht direkt auf der Plattform kaufen, da es kein Payment System gibt
- Unmittelbar Traffic auf Ihre Website oder Shop generieren
- Immaterielle Produkte (Software, Beratung, etc.) gut darstellen



# WIE FUNKTIONIERT INSTAGRAM?



# DIE INSTAGRAM ALGORITHMEN

Warum nur einen wenn man mehrere haben kann?



NEWS



EXPLORE



DISCOVER

Allgemeine Faktoren, die beeinflussen, welche Inhalte Instagram ausspielt:

- **Beziehung:** Mit welchen Accounts wird häufig interagiert?
- **Interesse:** Welche Content-Formate werden häufig angesehen?
- **Aktualität:** Wann wurde der Beitrag gepostet?
- **Nutzungsdauer:** Wie viel Zeit verbringt der/die User:in täglich in der App?
- **Häufigkeit:** Wie oft öffnet der/die Nutzer:in Instagram am Tag?



# NEWS, EXPLORE, DISCOVER

Wie funktioniert Instagram?



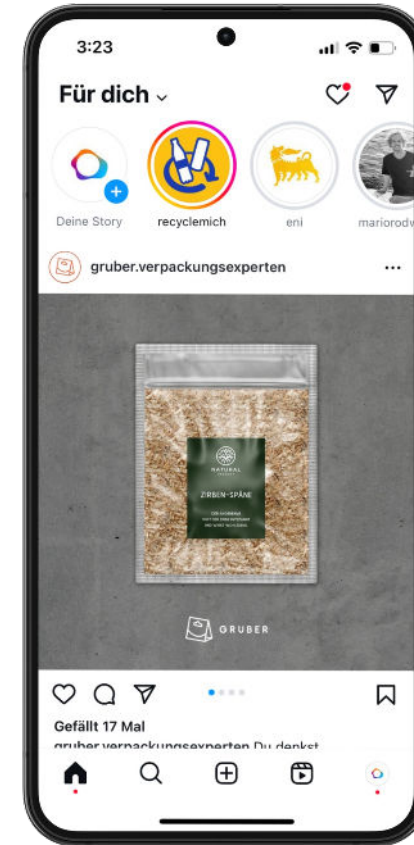
NEWS



EXPLORE



DISCOVER



# NEWS, EXPLORE, DISCOVER

Wie funktioniert Instagram?



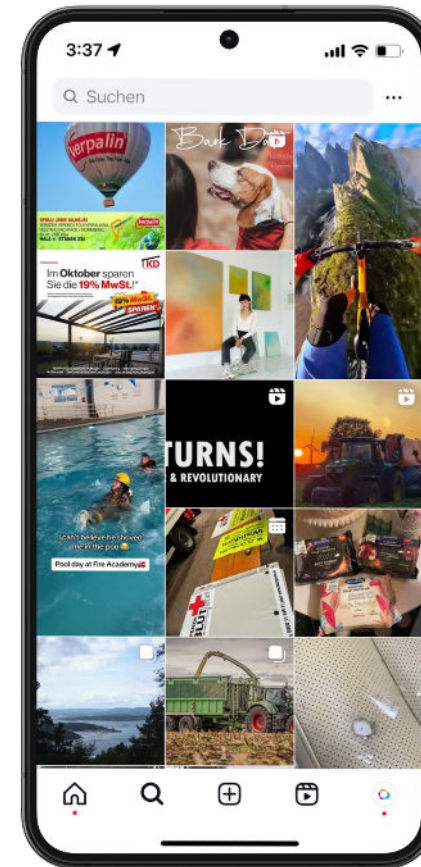
NEWS



EXPLORE



DISCOVER



# NEWS, EXPLORE, DISCOVER

Wie funktioniert Instagram?



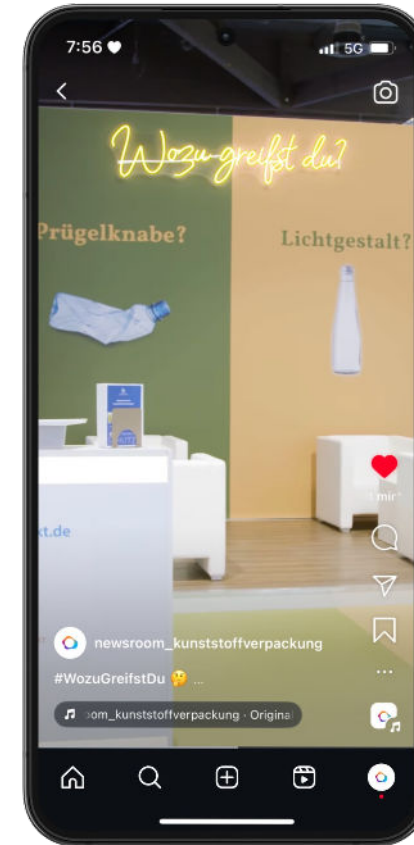
NEWS



EXPLORE



DISCOVER





# NEWS, EXPLORE, DISCOVER

Wie funktioniert Instagram?



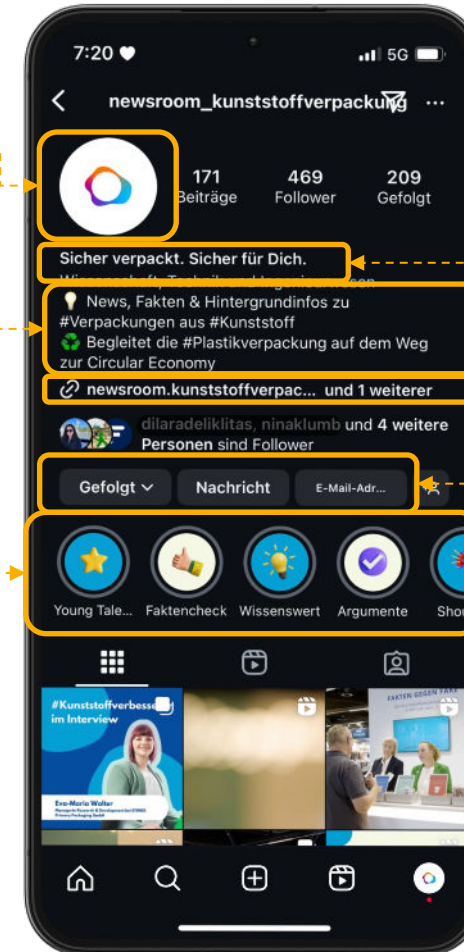
PROFIL

1. Profilbild

3. Bio

- CTA
- Accounts

6. Highlights



2. Name

4. Link(s)

5. Buttons



# WAS FUNKTIONIERT AUF INSTAGRAM?



WELCHE THEMEN FEHLEN IHNEN IM MARKETING-MIX?

WELCHE THEMEN, DIE ZU IHREM UNTERNEHMEN PASSEN, LASSEN SICH GUT AUF INSTAGRAM DARSTELLEN UND PUSHEN?

SOLLTEN SIE BEREITS BESTEHENDE THEMEN LIEBER AUF INSTAGRAM ZEIGEN?

WAS MÖCHTEN SIE AUF INSTAGRAM ERREICHEN?



# STRATEGISCHER FOKUS

## Das können Sie tun



### Reichweite

- Reels und aktuelle Instagram-Formate nutzen
- Interaktion außerhalb des eigenen Profils
- Mediabudget einsetzen



### Abverkauf

- Verlinkung auf Landingpages (Story, Bio und ggf. Shopping Feature)
- Zusammenarbeit mit Influencer:innen
- Content für die Community, nicht nur Verkaufswerbung



### HR

- Unternehmenskultur authentisch darstellen
- Mitarbeiter:innen in den Fokus rücken
- Gezielte Ansprache und Themenwahl (Benefits wie Gehalt, Weiterbildungsmöglichkeiten, Wertschätzung)



### B2B

- Präsenz zeigen
- Brand Awareness durch visuelle Inhalte
- Emotionales Storytelling (emotional ansprechende Inhalte, die langfristig Vertrauen schaffen und Interesse wecken)



WAS ZÄHLT:

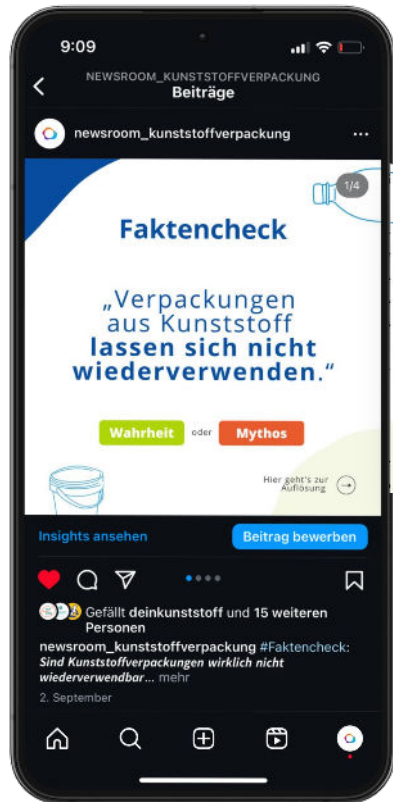
AUTHENTIZITÄT,  
KREATIVITÄT UND  
RELEVANZ.



# BEITRÄGE, REELS, STORIES

## Wie funktioniert Instagram?

### Bilder/Carousels

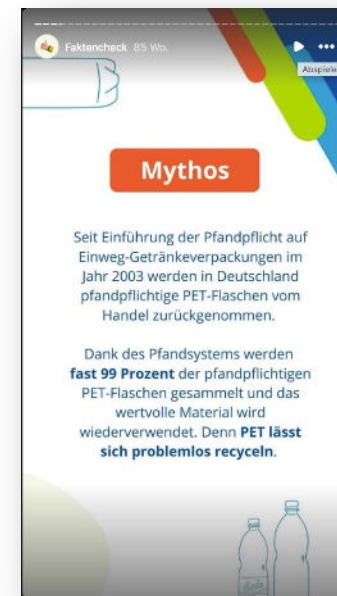
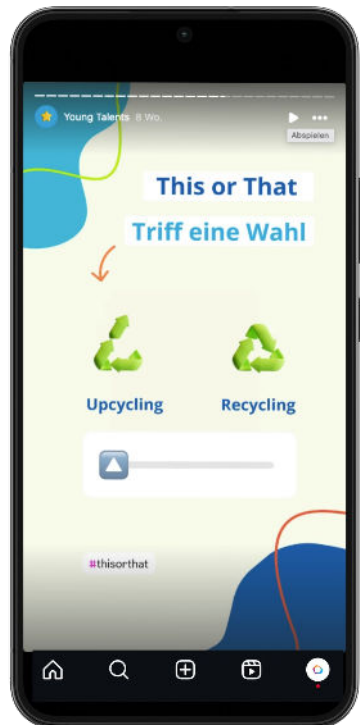


# BEITRÄGE, REELS, STORIES

## Wie funktioniert Instagram?



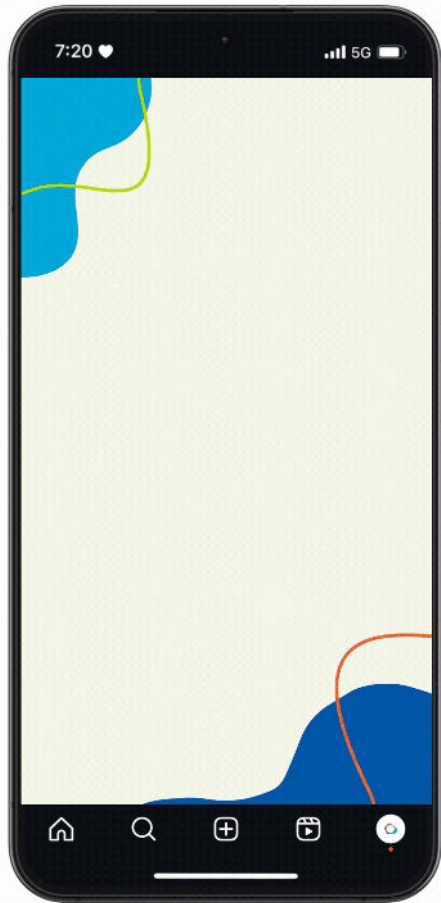
### Stories



# BEITRÄGE, REELS, STORIES

Wie funktioniert Instagram?

Reels



NEWS



EXPLORE



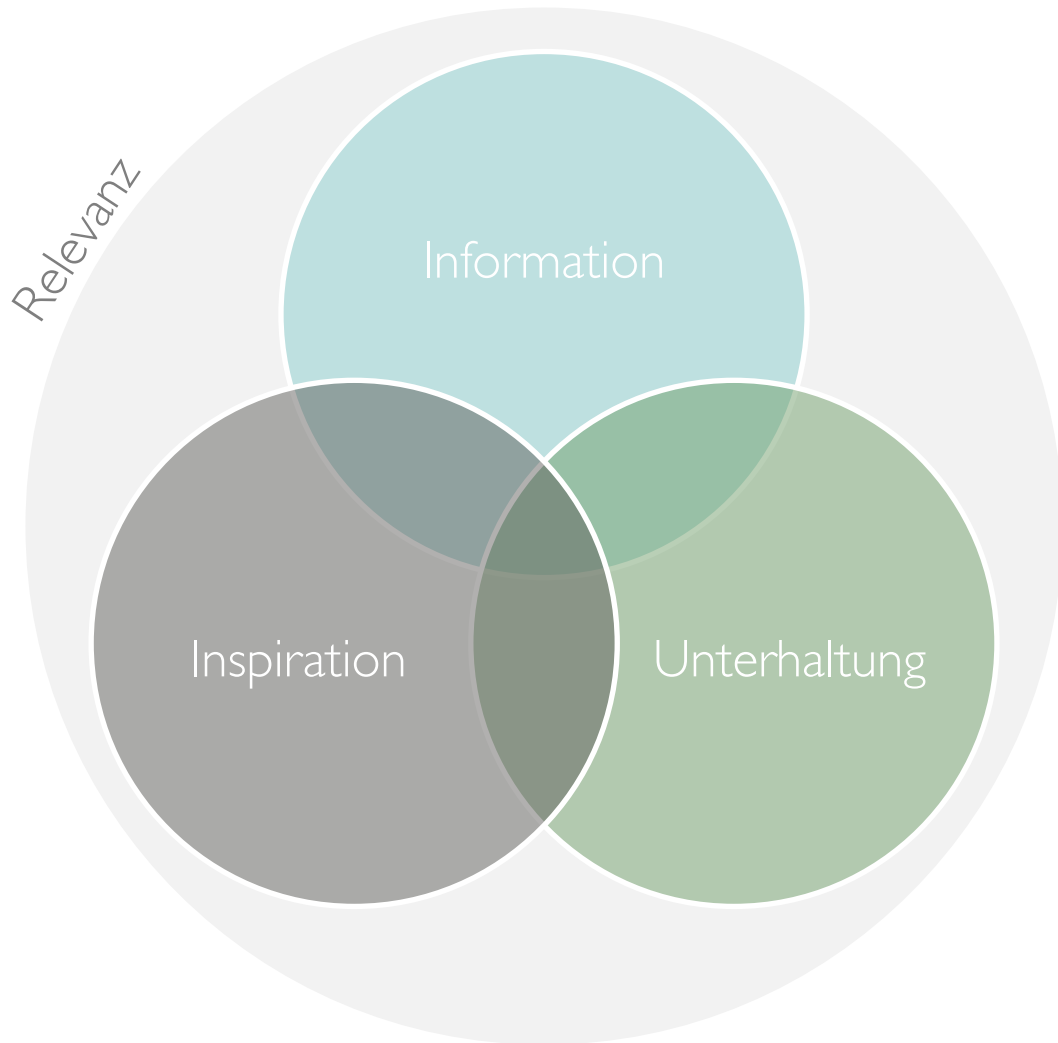
DISCOVER





# DEEP DIVE

## Was macht ein gutes Reel aus?



### CHECKLISTE

- Trends nutzen:** Recherchieren Sie passende Trends und Sounds für Ihr Unternehmen.
- Starke Hook:** Wecken Sie in den ersten 2 Sekunden das Interesse der Zuschauer:innen
- Kurz & prägnant:** Halten Sie das Video so kurz wie möglich, aber so lang wie nötig (unter 90 Sekunden für maximales Engagement).
- Untertitel verwenden:** Bei gesprochenen Inhalten sind Untertitel Pflicht.
- Qualität beachten:** Vermeiden Sie Wasserzeichen, fehlenden Ton, Ränder oder zu viel Text – das führt zu einer Abstrafung.



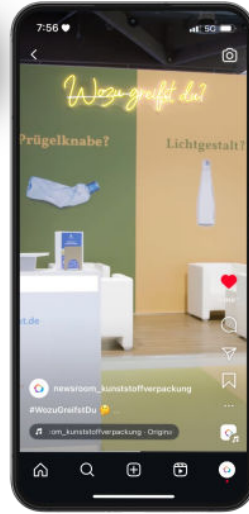
# REELS VS. STORIES

## Wo liegt der Unterschied?

BEITRAG STORY REELS LIVE

### REELS SIND...

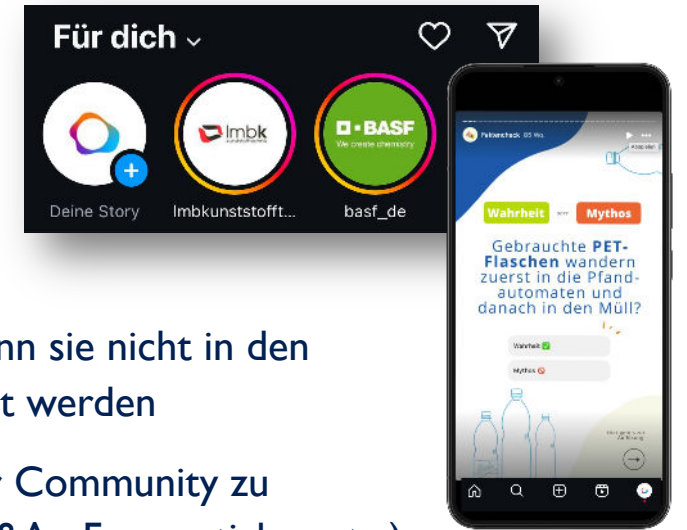
- im 9:16 Format
- geeignet für kurzweiliges Storytelling
- 15 - 90 Sekunden lang
- sound-lastig



- 👍 gut für den Reichweitaufbau
- 👍 geeignet für die Ansprache einer großen Zielgruppe und den ersten Kontakt
- 🤖 sehr schnelllebig (Trends kommen und gehen sehr schnell)
- 👎 häufig aufwendiger zu produzieren als Stories

### STORIES SIND...

- im 9:16 Format
- Nur 24h sichtbar, wenn sie nicht in den Highlights gespeichert werden
- Geeignet, um mit der Community zu interagieren (über Q&As, Fragensticker, etc.)



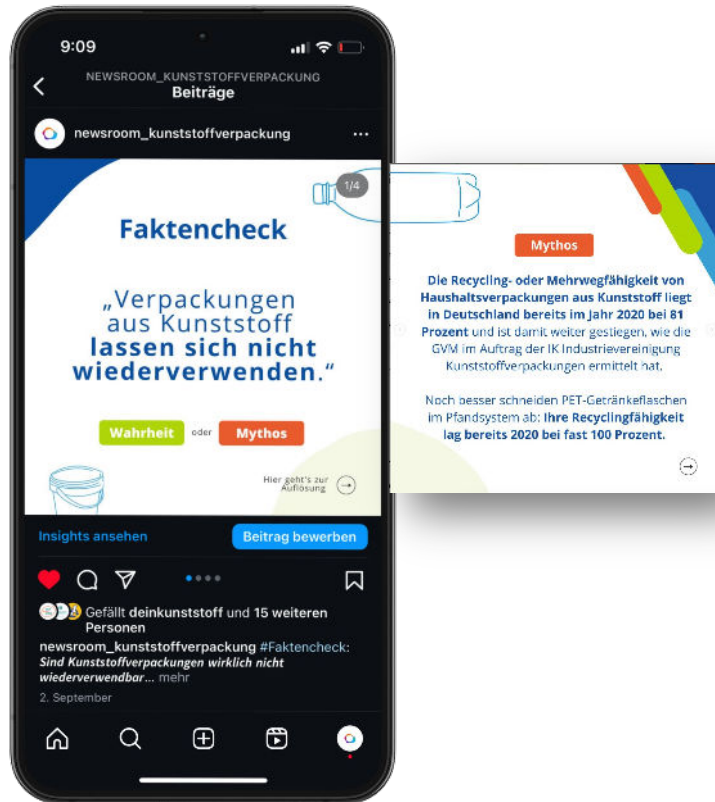
- 👍 gut für die Follower:innen-Bindung an den Account
- 👍 meist weniger aufwendig in der Produktion als Reels
- 🤖 unabhängig von Trends
- 👎 nicht geeignet, um eine große Reichweite aufzubauen



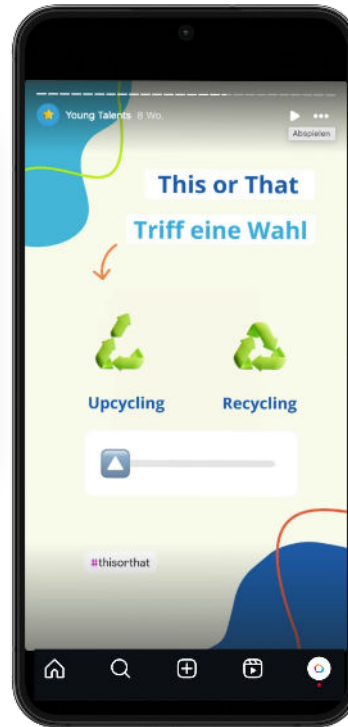
# BEITRÄGE, REELS, STORIES

## Wie funktioniert Instagram?

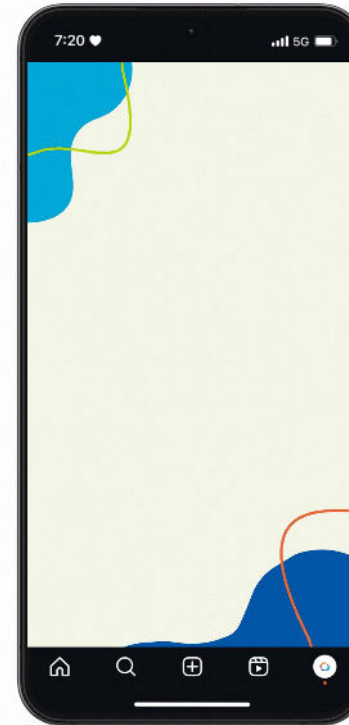
### Bilder/Carousels



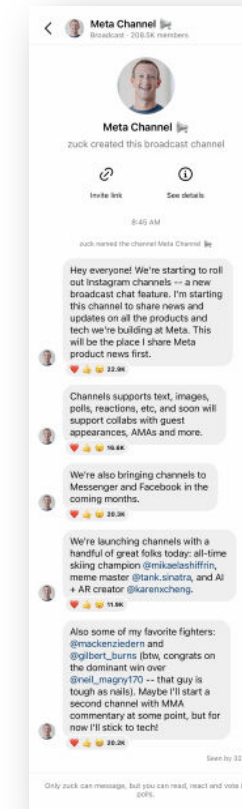
### Stories



### Reels



### (Broadcast Channel)



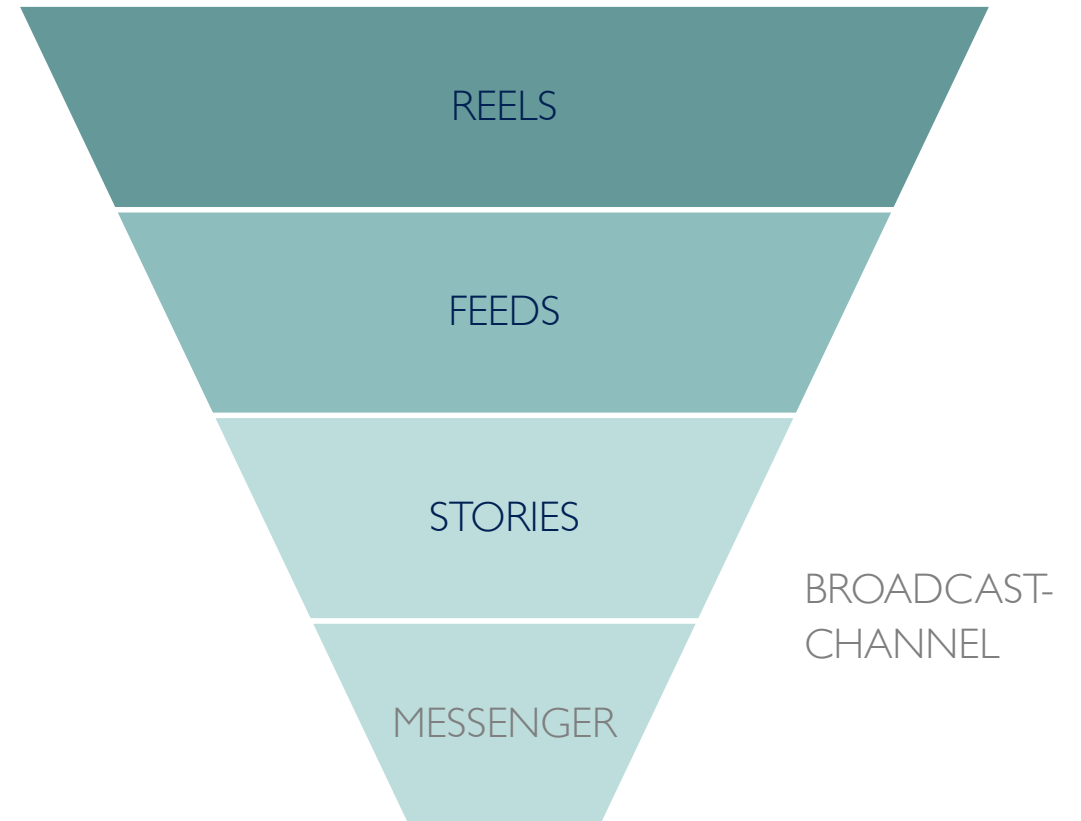
Quelle: META (2023)



# BEITRÄGE, REELS, STORIES

## Wie funktioniert Instagram?

- Das Content-Format bestimmt die Reichweite
- User:innen bestimmen Zweck und Informationsniveau des Formats
- Alle Kanäle müssen bespielt werden, um langfristig Erfolg zu haben




DO'S AND DONT'S  
– WAS AUF INSTAGRAM  
SONST NOCH ZU  
BEACHTEN IST



# COMMUNITY AUFBAU

## Was wirklich hilft

- **Schnell reagieren:** Beantworten Sie Nachrichten und Kommentare zügig – Follower\*innen erwarten häufig eine Antwort innerhalb von 24 Stunden. 
- **Sprache der Zielgruppe:** Passen Sie die Sprache an Ihre Zielgruppe an (z. B. „Du“ oder „Sie“).
- **Follower kennenlernen:** Nutzen Sie Umfragen und Fragen-Sticker, um mehr über die Vorlieben und Meinungen Ihrer Follower\*innen zu erfahren.
- **Erwähnungen überwachen:** Überprüfen Sie regelmäßig, wo und wie Sie erwähnt werden, um keine Vertagung zu übersehen.
- **Konstruktive Diskussionen:** Fördern Sie Diskussionen in den Kommentaren und fragen Sie bei unklaren Aussagen freundlich nach.

### Zusätzlicher Tipp:

- **Authentizität schaffen:** Menschen folgen Menschen – eine persönliche Ansprache oder der direkte Kontakt mit Ihrem Team kann den Community-Aufbau stärken. Zeigen Sie sich selbst oder eine/n Vertreter:in des Unternehmens, um eine persönlichere Verbindung zu Ihrer Community aufzubauen.



# COMMUNITY MANAGEMENT



## Do's and Don'ts

### Do's:

- **Seien Sie aktiv:** Posten Sie nicht nur auf Ihrem eigenen Profil, sondern interagieren Sie mit Ihrer Zielgruppe. Liken, teilen und kommentieren Sie Beiträge – auch bei anderen oder sogar Konkurrenzunternehmen.
- **Schnell reagieren:** Antworten Sie zügig auf Nachrichten und Kommentare, aber mit Bedacht – besonders bei negativen Kommentaren.
- **Kommentare moderieren:** Löschen oder blenden Sie beleidigende oder diskriminierende Kommentare aus. Sachliche Kritik sollte jedoch beantwortet werden.
- **FAQ erstellen:** Erstellen Sie Textbausteine für häufig gestellte Fragen, um schneller reagieren zu können.
- **Dialog führen:** Gehen Sie auf Kommentare ein, stellen Sie Rückfragen und treten Sie in einen sinnvollen Dialog mit Ihrer Community. *Optional: Weisen Sie gelegentlich auf Ihre Website oder Ihren Shop hin, aber nur bei echtem Interesse – nicht zu häufig.*

### Don'ts:

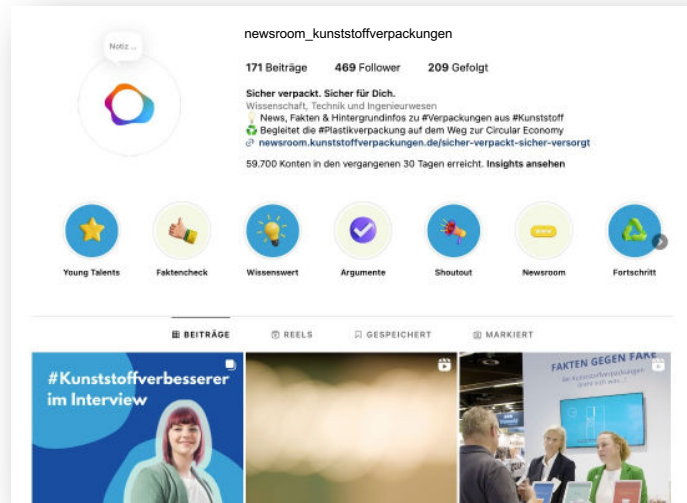
- **Beleidigend reagieren:** Bleiben Sie stets professionell, auch bei kritischen Kommentaren. Löschen oder melden Sie beleidigende Inhalte, anstatt sich auf öffentliche Diskussionen einzulassen.
- **Nicht auf einen Shitstorm vorbereitet sein:** Legen Sie einen Notfallplan für mögliche Shitstorms an und reagieren Sie schnell und professionell, falls es dazu kommt.
- **Zu wenig Ressourcen einplanen:** Community Management erfordert Zeit – je nach Größe Ihres Profils sollten Sie mindestens 1-3 Stunden täglich einplanen.
- **Insights ignorieren:** Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Engagement-Rate und andere KPIs, um den Erfolg Ihres Community Managements zu messen.
- **Kritische Kommentare löschen:** Löschen Sie legitime Kritik nicht einfach, sondern reagieren Sie sachlich darauf, um Vertrauen aufzubauen.



# BETTER TOGETHER

Synergien bilden und voneinander profitieren





## Folgen Sie schon?



## Seiten taggen

@newsroom\_kunststoffverpackungen

## Mit den Inhalten interagieren

- Kommentieren 
- Teilen 
- Speichern 
- Liken 

## Hashtags nutzen

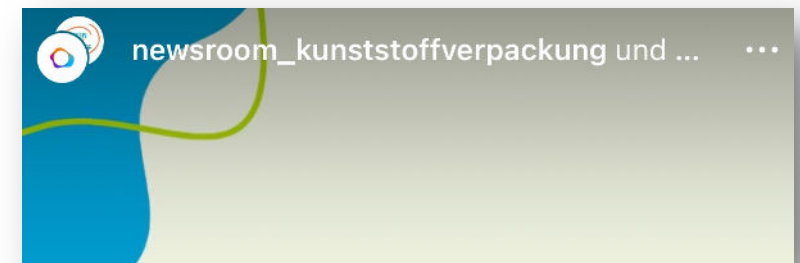
#PackTheFuture

#SicherVerpackt

#Kunststoffverbesserer

## Nutzen Sie schon „Collab Posts“?

- Mehr Reichweite und Sichtbarkeit
- Zugang zu neuen Zielgruppen
- Höhere Engagement Rate
- Abwechslungsreiche Inhalte





# INSTAGRAM

## Das Wichtigste auf einen Blick

- **Regelmäßigkeit:** 3-5 Posts pro Woche, Hauptsache konsistent.
- **Content-Formate:** Setzen Sie auf Abwechslung – Reels, Stories, Carousels und Posts erhöhen die Reichweite.
- **Qualität zählt:** Hochwertige, außergewöhnliche Bilder und Videos steigern die Aufmerksamkeit.
- **Originalität vor Wiederverwendung:** Nutzen Sie die Co-Posting-Funktion und setzen Sie auf originalen Content.
- **Gezielter Einsatz von Hashtags:** Verwenden Sie 5-8 spezifische Hashtags pro Beitrag.
- **Interaktion fördern:** Setzen Sie einen überzeugenden Call-to-Action und sprechen Sie Ihre User aktiv an.
- **Richtiger Zeitpunkt:** Posten Sie zur optimalen Zeit für maximales Engagement.
- **Trends nutzen:** Verwenden Sie trending Sounds und Trends, die zu Ihrem Unternehmen passen.



Q&A

JETZT DÜRFEN SIE UNS FOLGEN...  
ODER FRAGEN!



Kommunikation  
weiterdenken!