

INSTAGRAM

Eine Handreichung für
Organisationen



von Mo-Mo. Movement-and-More e.V.

Eine Handreichung für Organisationen

Als Organisation muss man für sich entscheiden, welche und wie viele Ressourcen man in verschiedenste Operationen z.B. Werbung steckt. Da stellt sich die Frage, warum man Zeit und Geld, womöglich auch Nerven, in Instagram stecken sollte, obwohl es doch herkömmliche Werbemethoden wie Flyer und Plakate oder Anzeigenschaltungen gibt?

Dazu lohnt es sich, einen Blick darauf zu werfen, was Instagram so besonders macht und worin es sich auch von anderen Social Media Plattformen wie Twitter und Co. abhebt.

Ein paar Daten vorweg

Instagram ist eine mobile App, die es dem/der Nutzer:in erlaubt, kostenlos Fotos und Videos zu gestalten und diese zudem kostenfrei auf einem eigenen Profil auf Instagram zu veröffentlichen. Seit 2012 gehört die audiovisuelle Plattform offiziell zu Facebook.

Instagram gehört zu den größten sozialen Netzwerken. Es hat 1 Milliarde Nutzer:innen im Monat, davon nutzen 500 Millionen die App täglich, wobei sie im Durchschnitt knapp eine Stunde dabei auf Instagram verbringen. Im Vergleich zu anderen Plattformen wird Instagram eher von einem jungen Publikum (71% sind unter 35 Jahre alt) genutzt. Zudem generiert Instagram mehr Interaktionen als z.B. Facebook. Wenn es um konkrete Kaufentscheidungen geht, verhilft Instagram 80% seiner Nutzer:innen ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen¹.

Instagram unterscheidet sich zudem besonders durch die Darstellung von (Bewegt-)Bildern und durch die positiv gestaltete Community (später mehr) von anderen Social Media Plattformen. Es wird vor allem im Alltag genutzt - immer, zu jeder Zeit. Das ermöglicht eine authentische und schnelle Erreichbarkeit der Nutzer:innen.

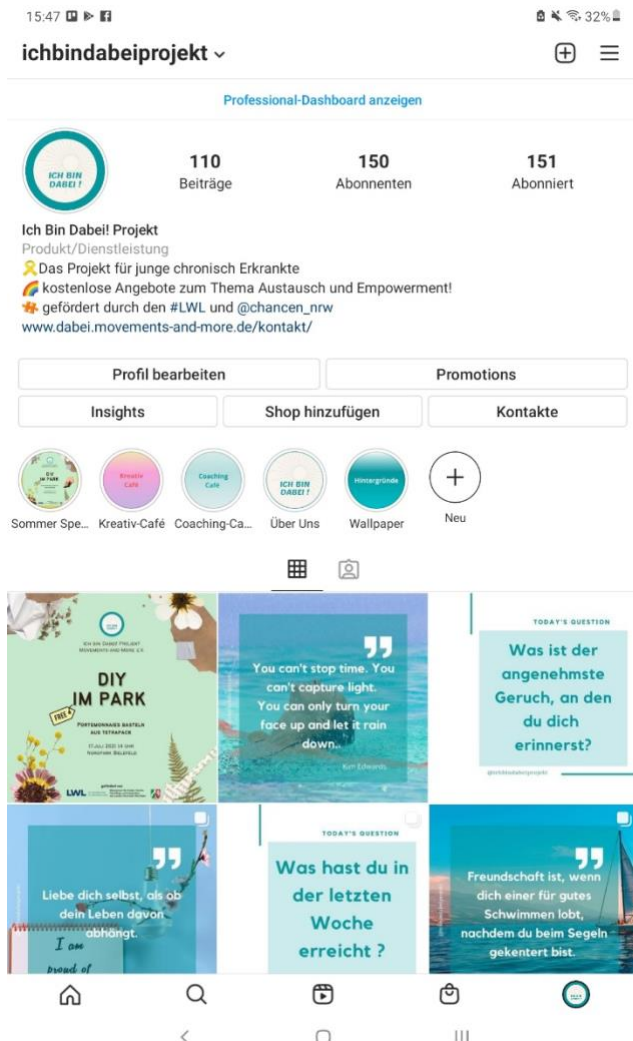
Wieso lohnt es sich, Instagram zu nutzen?

Es ist daher eine ideale Plattform für Organisationen, um Werbung für eine junge Zielgruppe zu schalten und dem Zielpublikum in einem aufgeschlossenen, positiven Rahmen zu begegnen. Die Instagram-Nutzung von Organisationen ermöglicht weit mehr als analoge Werbung. Man kann die eigene Organisation gleichzeitig darstellen, sich mit der Zielgruppe austauschen, zu Spenden aufrufen, direkt verkaufen, etc. Welches Plakat könnte all das gleichzeitig? Das wichtigste bei der Instagram Nutzung für Organisationen ist, dass sich eine eigene, zugeschnittene Community aufbauen lässt. Diese Community kann für verschiedene Ziele eingebunden werden, nicht nur für ein Produkt/ eine Serviceleistung, etc. Kurzum: Instagram, einmal etabliert, hat viele Funktionen, kann Ihnen auf unterschiedlichen Ebenen ihrer Organisation dienen und gibt **Ihnen** die Möglichkeit, auf

¹ Mohsin, Maryam. 15.11.2020. *10 Instagram Statistiken*. Online: <https://www.oberlo.de/blog/instagram-statistik> abgerufen am 13.09.2021

veraltete und ineffektive Werbung zu verzichten. Doch wie funktioniert das und was muss man dabei beachten?

Grundbegriffe



Zunächst werden einmal die größten Begriffe und Funktionen von Instagram im Überblick dargestellt. "Content" ist der Überbegriff für die Inhalte auf Instagram, also für die (Bewegt-)Bilder/"Posts", die veröffentlicht bzw. "gepostet" werden. Der sogenannte "Feed" entsteht durch die Abfolge von mehreren Inhalten – entweder auf der Startseite, auf der einem der

Content von anderen Nutzer:innen, auch "User:innen" genannt, abgebildet wird oder auf dem eigenen "Profil", also auf dem eigenen Micro Blog auf Instagram.

Auf Instagram gibt es die Möglichkeit, anderen Profilen zu folgen, auch "Abonnieren" genannt. Dazu wird man zu einer/m sogenannten "Follower:in". Anschließend lässt sich gut eine Interaktion starten.

Das kann durch das Kommentieren von Posts, durch Speichern von Posts (diese können später in einem eigenen Ordner wiedergefunden werden), durch "Likes", also "Gefällt mir"-Angaben, Teilen

von Inhalten und Hashtags geschehen. Durch den Instagram Messenger können User:innen sich privat oder auch in Gruppen austauschen und Inhalte zuschicken. Inhalte können auch über den Instagram Messenger geteilt werden.

Den Account erstellen

Um die Funktionen von Instagram optimal nutzen zu können, muss man sich zunächst einmal einen Account zulegen. Zu dem Anlass kann man sich einige Fragen stellen, deren Beantwortung helfen, den Account effizienter zu nutzen. Zum einen sollten Sie sich darüber im Klaren werden, was für eine Zielgruppe Sie ansprechen möchten und zum anderen, was das Ziel dieses Accounts sein soll. Danach können Sie Angaben zu Ihrem Profil einfacher beantworten und einstellen. Z.B. sollten Sie sich entscheiden, was für ein Account Ihr Account werden soll. Möchten Sie Produkt- und Dienstleistungen anbieten, sollten Sie einen Business Account wählen. Wenn Ihr Account Ihre Person promoten soll, könnten Sie lieber einen sogenannten "Creator-Account" nutzen. Wenn Sie möglichst viel Interaktion herstellen möchten, sollten Sie einen offenen Account (jede:r kann Ihre Inhalte sehen) einem privaten Account (nur Follower:innen können Ihre Inhalte sehen) bevorzugen. Die Entscheidung, welchen Account Sie für ihre Organisation wählen sollst sollten Sie davon abhängig machen, welches Ziel Sie mit Ihrem Account verfolgen.

Biografie

Ganz wichtig ist bei der Accountgestaltung die Einrichtung der "Bio", also die Biographie Ihres Accounts. Dazu gehört u.A. die Festlegung eines Profilbilds. Dies kann ein Logo aber auch etwas anderes sein. Es ist sinnvoll ein Bild mit Wiedererkennungswert zu nehmen, das sich von anderen Profilbildern abhebt. In der Bio können Sie zudem Ihren Account und Ihren Content in ein paar Worten umschreiben, sodass andere direkt wissen, worum es auf Ihrem Account geht und mit welchen Inhalten sie rechnen können. Probieren Sie hier, nicht mehr als drei Merkmale für den Account zu wählen, da Sie sonst alle ansprechen und sich keine:r angesprochen fühlt. Probieren Sie nicht, viele Themen wie Mode, Beauty, Outdoor, Reisen, Entspannung, Kinder, usw. abzudecken, sondern formen Sie Ihre Nische. Diese könnte zum Beispiel aus den drei Begriffen "Kajak", "Abenteuer" und "Touren" bestehen. Dann weiß jede:r was er auf dem Account erwarten kann. Zu diesem Account würde z.B. auch die Profilwahl "Produkt- und Dienstleistungen" passen. Mit der Einstellung des Accounts auf Business-Account oder Creator-Account kann man nun auch eine eigene Webseite und vieles mehr mit seinem Instagram Account verbinden. Potentiellen Follower:innen wird nun ein Link in der Bio Ihres Accounts angezeigt, durch den sie direkt auf z.B. Ihre Webseite weitergeleitet werden können.

Sobald der Account eingerichtet ist, steht dem Teilen der Inhalte auf Instagram nichts mehr im Wege. Doch was für Inhalte kann man überhaupt erstellen, worauf ist dabei zu achten und was ist der jeweilige Nutzen?

Posts

Das, wodurch Instagram berühmt geworden ist, sind die (Bewegt-)Bilder-Posts. Ausgewählte Bilder oder Videos werden dem Instagram Format angepasst und können durch die App selbst vor der Veröffentlichung noch einmal überarbeitet werden. Aufgrund der Vielzahl der Posts ist es wichtig, Fotos oder Videos mit guter Qualität und einem Wiedererkennungswert, z.B. mit einem eigenen Wasserzeichen zu versehen. Das begünstigt einen Wiedererkennungseffekt, wenn jemand anders Ihre Inhalte teilt. Potentielle Follower:innen werden auf Ihren Account aufmerksam und besuchen ihn eventuell daraufhin. Es schützt dich auch ein wenig vor unerlaubtem Benutzen Ihrer Inhalte von anderen. Bei Videos muss beachtet werden, dass es im Post-Format höchstens 60 Sek. pro Abschnitt dauern darf. Man kann sowohl bei Bilder-Posts als auch bei Video-Posts einstellen, dass mehrere Bilder und/oder Videos auf einmal in einem Post hochgeladen werden, in einem sogenannten Karussell-Post. Im zweiten Schritt beim Posten, nach der Inhaltsauswahl kann entschieden werden, welcher Post auf Ihrem Feed als sogenanntes "Anzeigebild" gezeigt wird. Bei Videos kann unter Cover-Einstellungen das Anfangsbild des Videos herausgesucht werden. Es ist besonders im Hinblick auf neue Besucher:innen Ihres Accounts sinnvoll darauf zu achten, dass Ihr Feed gleichmäßig aufgebaut ist und einer harmonischen einheitlichen Farb- und Formwahl folgt.

Stories

"Instagram Stories" ist eine Funktion für kurze Videoclips, die Informationen vermitteln oder durch mehrere Sequenzen insgesamt eine Geschichte ergeben können. Stories werden aktiver und öfter konsumiert als Posts. Eine einzelne Story kann aus verschiedenen Elementen bestehen, wie z.B. einzelne Fotos oder Videos. Stories dauern zwischen 20 und 30 Sekunden. Sie werden durch Klicken auf ein Profilbild in runden Kreisen angezeigt und verschwinden von selbst nach 24 Stunden wieder. Auch das hochkantige Format hebt sie von den Posts ab. Stories sollten noch mehr als Posts aktuelle Geschehnisse zeigen. Die eigenen Posts können dann in "Highlights" gespeichert werden, sodass sie auf dem eigenen Profil mehr als 24 Stunden sichtbar sind. Es können mehrere hintereinander gepostet werden. Auch hier können Effekte zur Bearbeitung von Instagram selbst genutzt werden.

Reels, Insta-TV und Insta-Live

Ähnlich funktionieren die sogenannten "Reels". Die 15-30 sekündigen Videoclips können über Instagram aufgenommen und verarbeitet werden. Sie haben auch ein hochkantiges Format, werden aber wiederum anders als Stories im eigenen Feed gepostet und dort für alle (je nach Einstellung) sichtbar abgespeichert.

Wenn man längere Inhalte über 60 Sekunden teilen möchte, kann man auf InstaTV oder InstaLive zurückgreifen. Hier kann ein Video von über einer Stunde hochgeladen werden. Auch das InstaTV oder das InstaLive kann im eigenen Feed anschließend gespeichert werden.

Neben der Löschfunktion können Posts und andere Inhalte archiviert werden, das heißt für andere unsichtbar gemacht aber nicht gelöscht werden. Das bedeutet, dass man den Content später erneut freigeben kann.

Reichweite

Reichweite ist wichtig für die Glaubhaftigkeit des eigenen Accounts und natürlich um mehr potentielle Kund:innen zu erreichen. Mehr Likes und Follower:innen bedeutet nicht immer gleich mehr Interaktion. Im generellen ist es für Ihren Erfolg in der realen Welt (z.B. wenn Sie Produkte verkaufen wollen) wichtiger, die Beziehung zu Ihrer Instagram-Community eng zu knüpfen, als einfach nur Likes oder irgendwelche Follower:innen zu generieren, die nicht hinter Ihrem Angebot stehen. Nischen sind z.B. sehr sinnvoll zu bedienen, damit sich das Zielpublikum abgeholt fühlt. Als Zwischenschritt zu mehr Reichweite und Resonanz kann die Generierung von Follower:innen und Likes dennoch hilfreich sein. Wenn man seine Reichweite erhöhen möchte, kann man einige Punkte beachten:

Content-Strategie

Zum einen sollte man sich eine eigene Strategie für die Inhalte zulegen, eine "Content-Strategie". Die Inhalte, die in den nächsten Wochen und Monaten gepostet werden, sollten vorab entschieden werden. Hier bleibt zu beachten, dass Inhalte dennoch in Echtzeit gepostet werden sollten und nicht etwa ein Foto von vor Wochen, zumindest nicht, wenn dies ersichtlich ist. Mit Apps oder in Raster z.B. bei Exel lassen sich potentielle Inhalte sehr gut planen. Wenn einem die Inspiration fehlt, kann man bei ähnlichen, erfolgreichen Accounts gucken, welche Inhalte dort veröffentlicht werden und wie sie das aufgebaut haben.

Hashtags

Zum anderen spielt die Benutzung von Hashtags (#) eine wichtige Rolle bei der Eingrenzung der Zielgruppe. Pro Post können nur 30 Hashtags benutzt werden. Die Hashtags sollten immer geupdatet und aktualisiert werden. Bitte überprüfe auch vorher, ob das Hashtag tatsächlich Ihr Ziel verfolgt und nicht etwa von dir missverstanden wurde – das könnte schnell peinlich werden! Die Hashtags lassen sich auch gut von ähnlichen Accounts abgucken. Man sollte für den Wiedererkennungswert auch eigene Hashtags generieren, z.B. #NameIhresProjekts. Die Hashtags sollten immer zu den Inhalten passen und sich nicht in den Posts wiederholen. Ähnlich nutzbar wie die Hashtagfunktion ist die "Ortsangabe" bei Posts. Hier lassen sich auch unwirkliche Orte wie "Top Online Kurse" angeben, um sich mit ähnlich gesinnten zu vernetzen.

Weitere Interaktion

Die Funktion, mehrere Bilder/Videos in einem Post zu veröffentlichen sollte man nutzen, da der Post dadurch öfter im Feed der Follower:innen auftaucht. Die Reproduktion Ihrer Inhalte kann durch den Instagram Algorithmus verstärkt werden. Z.B. können Ihre Inhalte bei viel Interaktion, auch von

Instagram, anderen Nutzer:innen vorgeschlagen werden. Weitere Ideen für mehr Interaktion und um auf sich aufmerksam zu machen sind z.B. die Verlinkung von ähnlichen Accounts, Shoutouts und Gewinnspiele.

Erfolgsmessung

Die Effektivität der eigenen Methoden kann gemessen werden. Bei der Erfolgsmessung lässt sich die Zusammensetzung der eigenen Reichweite nachvollziehen. Hier kann Instagram selbst Einsichten geben unter "View Insights" oder man benutzt Tools wie z.B. Google Analytics, etc.

Zu Beachten

Auf Instagram steht die Positive Community im Vordergrund. Informelle Regeln wie z.B. "wie du mir so ich dir" (wenn man andere Profile liked oder followt erhöht das die Chance erheblich, dass dir auch gefolgt wird, usw.) und formelle Regeln (gibt es bei Instagram nachzulesen) sind zu beachten.

Wenn Sie Bilder, Musik oder Videos posten wollen, sollten Sie immer sichergehen, dass Sie keine Rechte verletzen und das Eigentum jemand anderem ohne Erlaubnis verwenden. Am besten holen Sie sich das Einverständnis schriftlich. Der/Diejenige hat jeder Zeit ein Widerrufsrecht. Ansonsten sollten Sie Richtlinien für Gewinnspiele beachten, wenn Sie eines veranstalten.

Es gibt App- und Web-Unterschiede bei der Instagramnutzung. Hier bietet das Web sehr viel weniger Funktionen aber das "Kopieren" von Text, z.B. für Kommentare ist möglich.

Da Instagram genauso wie andere Social Media Plattformen besonders schnelllebig ist, treten oft Neuerungen auf. Um Instagram gezielt und vollständig nutzen zu können sollte man sich regelmäßig über die Neuerungen informieren.

Hilfreiche Tipps

Es kann sein, dass Instagram dir nach einer gewissen Zeit ein wenig Werbebudget zur Verfügung stellt, um eine Promotion zu testen. Das können Sie jederzeit auch unabhängig selbst ausprobieren, müssten es dann nur selber zahlen. Dafür ist es sinnvoll ein Konto für Werbung oder Spenden einzurichten, denn Sie müssen, egal ob kostenfrei oder nicht, ein Konto hinterlegen.

Zum Bearbeiten von Bildern und Inhalten (man muss nicht immer reale Bilder nehmen, man kann z.B. auch Text-Posts erstellen) ist Canva ein sehr gutes Tool. Es gibt hier einmal die kostenfreie Version mit Einschränkungen oder die Pro Variante können Sie auch relativ unkompliziert kostenlos nutzen, wenn Sie als gemeinnütziger Verein z.B. einen Antrag bei Canva stellen. Dann bekommen Sie die Pro-Version und können damit komfortabler als Team arbeiten.

Genauso sinnvoll ist ein Arbeitshandy oder Tablet für Mitarbeiter:innen, da die PC-Variante von Instagram nur wenig Aktionen zulässt und die Arbeit mit Inhalten auf Instagram viel "Dateienmüll" verursacht, den man nicht auf dem privaten Telefon haben möchte. Z.B. müssen oft Fotos für später gespeichert werden, die nicht unbedingt mit privaten Fotos vermischt werden sollten. Da kann

schnell ein Missgeschick geschehen und man postet aus Versehen private Dinge auf dem Firmenaccount. Hier ist zu erwähnen, dass ein Account nur für dafür vorgesehenen Zweck benutzt werden sollte, da der Algorithmus ansonsten durcheinandergebracht wird!

Weiterführende Links

Canva:

https://www.canva.com/q/pro/?irgwc=1&utm_medium=affiliate&utm_source=Clickwise&clickId=2Cv0qtWsqxyLW0W0EOSREQreUkB09eR1SQPFyw0&v=11

Google Analytics:

<https://accounts.google.com/ServiceLogin/signinchooser?service=analytics&passive=1209600&continue=https%3A%2F%2Fanalytics.google.com%2Fanalytics%2Fweb%2F%3Fhl%3Dde%23&followup=https%3A%2F%2Fanalytics.google.com%2Fanalytics%2Fweb%2F%3Fhl%3Dde&hl=de&flowName=GlifWebSignIn&flowEntry=ServiceLogin>



www.movements-and-more.de

 @ichbindabeiprojekt

Gefördert von:

Ministerium für Kinder, Familie,
Flüchtlinge und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



LWL Für die Menschen.
Für Westfalen-Lippe.

Diese Handreichung ist im Rahmen des IchBinDabei!-Projekts des Vereins Movements and More e.V. erarbeitet worden. Sie enthält thematisch geordnete Ergebnisse unserer eigenen Auseinandersetzung mit dem sozialen Netzwerk Instagram, die wir Interessierten online zur Verfügung stellen.