



# Instagram

## Was ist Instagram?

Instagram ist eine kostenlose App für Smartphones. Nachdem man sich einen Account angelegt hat, können nach Belieben Fotos, kurze Videos und Storys hochgeladen werden.

Instagram setzt seinen Fokus eindeutig auf Bilder, weniger wie Facebook auf Kontaktpflege oder wie Twitter auf Statements. Instagram gilt als DIE Plattform schlechthin zum Teilen von Fotos und kurzen Videos. Fast eine Milliarde aktive Nutzer\*innen kann Instagram pro Monat verzeichnen.

## Wie richte ich mir einen Account bei Instagram ein?

App runterladen, mit E-Mail Adresse und Passwort registrieren oder per Facebook-Daten anmelden. Eine ausführliche Anleitung für PC und Smartphone - incl. Bildschirmfotos - findet sich auch unter <https://de.wikihow.com/Einen-Instagram-Account-erstellen>

## Wie erstelle ich bei Instagram einen Beitrag / ein Posting?

1. Foto direkt über die App aufnehmen oder aus der Galerie auswählen.
2. Optional Bild bearbeiten oder Filter anwenden.
3. Bildbeschreibung eingeben und mit Hashtags (#) verschlagworten.
4. Veröffentlichen.

Instagram-Follower sehen den Beitrag dann automatisch auf ihrer Startseite. Über die Hashtags in der Bildbeschreibung können aber auch andere Instagramer\*innen, die nach dem Hashtag suchen, den Beitrag sehen.

## Was sind Hashtags?

Hashtags sind Schlagworte und werden mit einem #-Zeichen versehen. Diese Schlagworte bringen themenverwandte Beiträge von verschiedenen Nutzer\*innen auf einem Stream zusammen. Jede\*r, die\*der nach einem Hashtag sucht, kann einenentsprechend verschlagworteten Beitrag finden. Sucht man nach einem Hashtag mit hoher Beliebtheit, schlägt Instagram einem bei der #-Eingabe nach den ersten Buchstaben schon Hashtags mit hoher Relevanz vor.

## Welche Rolle spielen Hashtags bei Instagram?

Als erstes erhöhen Hashtags die Sichtbarkeit auf der Plattform. Nutzer\*innen, die noch keine Follower sind, können über die Hashtags veröffentlichte Beiträge finden, wodurch neue Follower generiert werden können. Deshalb profitieren gerade neue bzw. kleinere und mittlere Accounts von Hashtags sehr.

## Welche Fehler kann ich bei der Verwendung von Hashtags machen?

- Zu viele Hashtags wie möglich nutzen – und damit den Eindruck der Beliebigkeit zu erwecken..
- Immer die gleichen Hashtags verwenden.
- Unpassende Hashtags verwenden, die mit dem Inhalt nichts zu tun haben.
- Gesperrte Hashtags nutzen.

## Welche Hashtags bringen den Account nach vorne?

Das ist immer abhängig vom Thema und der Zielgruppe des Accounts. Nur auf „große“ Hashtags mit vielen Beiträgen zu setzen kann zwar schnell viel Reichweite bringen, man läuft aber auch Gefahr, dass die eigenen Beiträge in einer großen Flut aus Bildern untergehen. Auch Hashtags mit einem geringeren Suchvolumen können für mehr Reichweite sorgen, vor allem, wenn sie auf die Zielgruppe abgestimmt sind. Häufig ist der berühmte Mittelweg hier auch die beste Lösung: Große Hashtags (die zum Thema passen!) aber auch kleine, die die Zielgruppe ansprechen.

## Welche Interaktionsmöglichkeiten gibt es bei Instagram?

Die vier Icons unter einem Beitrag bieten verschiedene Möglichkeiten zur Interaktion:

- Mit dem Herz liked man einen Beitrag (ähnlich wie das Herz bei Twitter oder „gefällt mir“ auf Facebook).
- Klickt man auf die Sprechblase, kann man einen Kommentar unter dem Beitrag verfassen; dieser Kommentar kann wiederum mit einem kleinen Herzen geliked werden: Klickt man auf Antworten, kann man zu einem bestimmten Kommentar direkt Stellung beziehen.
- Mit dem Pfeil neben der Sprechblase kann der Beitrag in der eigenen Story geteilt oder direkt an Freunde gesendet werden.
- Das Lesezeichen an der rechten Seite unter dem Beitrag markiert das Bild oder Video und speichert es in einer persönlichen Sammlung, so dass ich mir den Beitrag immer wieder anschauen kann

## Was macht einen Beitrag zu einem guten Instagram-Beitrag?

Die Qualität der hochgeladenen Fotos spielt eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, mehr Follower zu gewinnen, Inhalte zu vermitteln und Werte sichtbar zu machen. Mehr Infos zur Bildbearbeitung für Instagram unter: <https://blog.hubspot.de/marketing/instagram-fotos-aufbereiten>  
Auch wenn das hochgeladene Bild bis zur Perfektion bearbeitet und perfekt auf die Zielgruppe zugeschnitten ist, ist die Arbeit noch nicht getan. Erst mit der Bildunterschrift verleiht man dem Beitrag auch eine Stimme. Hier kann man erklären, worum es in dem Bild geht, oder die Follower zu einer Handlung animieren. Wer die Bildunterschrift nur als nebensächlich abtut, lässt sich die Chance entgehen, die Follower über den visuellen Aspekt hinaus anzusprechen.

## Was gilt für eine gute Mischung aus Bild und Text?

- **Das Wesentliche gleich am Anfang erwähnen:**  
Die Zeichenbegrenzung für Bildunterschriften (2.200 Zeichen) ist reine Formsache, jedoch muss man sich bewusst sein, dass die Bildunterschriften in den Feeds der Benutzer\*innen nach zwei oder drei Zeilen abgeschnitten werden. Das heißt nicht, dass Bildunterschriften so kurz wie möglich sein müssen, sodass Follower nicht auf „Mehr“ klicken müssen, um alles zu lesen. Es reicht, wenn die wichtigen Informationen oder Calls-To-Action am Anfang stehen, während Hashtags, Erwähnungen (@) oder weniger wichtige Informationen am Ende stehen können.

## Was ist ein Call to action?

Ein Call-To-Action ist eine zuverlässige Methode, Follower dazu zu bringen, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen, zum Teilen und Interagieren zu motivieren. Dabei helfen handlungsorientierte Verben „Wenn ihr das unterstützt, hier doppelklicken.“

Weitere Ideen für Calls-To-Action sind:

- Fragen (den Followern eine Frage stellen, Ermutigen von Erlebnissen zu erzählen, etc.. Antwortet man wiederum auf diese Kommentare, bietet sich die Chance, mit den Followern in direkten Kontakt zu treten, sich mit ihnen zu unterhalten und auszutauschen)
- Auf einen Link in der Bio verweisen (Anklickbare URLs sind bei Instagram nur im „Website“-Feld der Biografie erlaubt. Deswegen aktualisieren erfolgreiche Instagram Profile diese URL regelmäßig und

verlinken auf neue Blog-Beiträge, YouTube Videos, Angebote oder Veranstaltungen. Möchte man zum Beispiel eine aktuelle Veranstaltung bewerben, ändert man den Link in der Bio entsprechend und postet dann ein neues Bild oder Video, das den neuen Link in der Bildunterschrift erwähnt und zum draufklicken einlädt)

- Follower dazu ermutigen, Freunde zu verlinken („„Unsere Spielerunden sind ein Wochen-Highlight! Lust bekommen? Dann tagge Deine Freunde und lad sie gleich zu einem Abend ein!““ Follower verlinken Freunde, der Beitrag wird so von mehr Menschen gesehen, die höchst wahrscheinlich auch noch gut in die Zielgruppe passen)
- Wettbewerbe organisieren (Verlosungen, etc. steigern die Interaktion enorm)

- **Hashtags beschränken:**

Die meisten Instagram User verwenden regelmäßig eine Abfolge von bestimmten Hashtags, um mehr Follower zu gewinnen. Für die Follower, die man bereits hat, wirken zu viele Hashtags schnell als Spam und somit störend. Sofern sich Hashtags nicht natürlich in den Text einfügen lassen, wird empfohlen, sie ans Ende der Bildbeschreibung zu setzen.

- **Emojis benutzen**

Emojis können der Bildunterschrift Witz, Charme und Persönlichkeit verleihen. Sie können am Anfang als Blickfang dienen, innerhalb des Textes können sie anstelle von Worten verwendet werden, oder sie sind eine Art Pointe am Ende des Textes. Auch Emojis funktionieren als Hashtags.

- **Im Zweifelsfall gilt die altbewehrte Devise: In der Kürze liegt die Würze**

## Was ist eine Instagram-Story?

Diese Funktion bietet die Möglichkeit, kurze Geschichten einzustellen, die erstmal für 24 Stunden sichtbar sind. Instagram Stories bedienen sich einem bekannten Werkzeug aus der Marketing-Psychologie: Verknappung. Da die Stories nur für eine limitierte Zeit abrufbar sind, wirken sie für die Nutzer\*innen besonders exklusiv und regen dazu an, den Inhalt anderen vorzuziehen und schnell zu konsumieren. Eine Story kann Fotos, kurze Videos, Boomerangs, Text oder Musik enthalten. Die Stories sind eine zusätzliche Plattform, die innerhalb von Instagram lebt und das eigentliche Instagram Profil ergänzt. Als Highlight kann man Story-Beiträge auch dauerhaft im Profil speichern.

Mit einem Klick auf das Augen-Symbol unten links in der Story kann man sehen, wer die eigene Story gesehen hat. Mit Kommentaren, Emojis und Text können Zuschauer\*innen auf die Stories reagieren. Sinnvoll aufgebaut kann eine solche Story die eigene Instagram-Seite lebendiger und abwechslungsreicher erscheinen lassen und somit für erhöhten Traffic sorgen.

Mehr Informationen zum Erstellen einer Instagram Story: [https://help.instagram.com/1660923094227526/?helpref=hc\\_fnav&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=898918476885209](https://help.instagram.com/1660923094227526/?helpref=hc_fnav&bc[0]=368390626577968&bc[1]=898918476885209)

## Gibt es bei Instagram eine Live-Übertragung?

Auch auf Instagram kann man Videos live übertragen. Dazu geht man zunächst so vor, als ob man eine Story aufnehmen möchte und wählt dort die Live-Option aus. Während der Übertragung können die Zuschauer\*innen Herzen als Likes senden und über Kommentare teilhaben. Live Übertragungen können nach dem Aufnehmen gespeichert werden und sind wie die Story-Beiträge 24 Stunden auf dem Profil aufrufbar.

## Kann ich bei Instagram auch längere Videos hochladen?

Instagram bietet mit IGTV auch eine Videoplattform, anders als bei Youtube aber im Hochformat. Mit der IGTV App können Videos mit den Followern geteilt werden. Bis zu 60-minütige Clips sind hier möglich. Die Beiträge auf IGTV sieht man auch in der ursprünglichen Instagram App mit einem Klick auf das Fernseher-Icon oben rechts. Mehr Infos zu IGTV: <https://help.instagram.com/381435875695118>

## Wie bekomme ich mehr Follower bei Instagram?

- **Authentischer Content**

Follower wollen von Benutzer\*innen (idealerweise in Echtzeit) generierten Content, zum Beispiel Einblicke in die Organisationskultur oder Vorbereitungen einer Veranstaltung. Dieser ist authentisch und unterscheidet sich deutlich von unbeliebteren Stock- oder Werbebildern. Gefragt ist heute, was echt ist! Gerade hier ist die Instagram Live Funktion besonders interessant, live Übertragungen sind ungefiltert und somit absolut authentisch. Des Weiteren hat man die Möglichkeit, direkt auf Kommentare und Fragen der Zuschauer\*innen zu antworten.

- **Schnelligkeit und Vielfalt**

Instagram ermöglicht es ohne viel Aufwand, Fotos oder Videos direkt über die Smartphone-App zu veröffentlichen. Unterschiedlichste Inhalte können wann und wo auch immer hochgeladen werden, eine umfangreiche Planung oder Nachbearbeitung ist meist nicht nötig. Mit der Möglichkeit einen solch vielfältigen Content zu posten kann man nicht nur verschiedene Bereiche der Zielgruppe ansprechen, sondern auch die unterschiedlichsten Facetten der eigenen Arbeit bzw. Organisation zeigen, denn niemand möchte nur Bilder, nur Storys oder nur Zitate auf Instagram sehen.

- **Beteiligung**

Wie auf allen Social Media Plattformen gilt auch auf Instagram die Devise Mitmachen! Auf Kommentare antworten, andere Profile besuchen, Inhalte teilen, Beiträge liken und kommentieren. Wer selbst aktiv kommuniziert, lädt wiederum zur Interaktion ein.

- **Storytelling**

Instagram ist DIE Plattform für visuelles Storytelling: für Geschichten in Bildern.. Mit jedem Beitrag sollte idealerweise eine Geschichte erzählt werden, um die maximale Aufmerksamkeit zu erzielen. Neben normalen Foto und Video Content spielt hier die Story-Funktion auch eine große Rolle. Es können Montagen oder Diashows aus Fotos und Videos entstehen, die den Followern ein persönliches Erlebnis bieten.

- **Nicht von oberflächlichen Kennzahlen in die Irre führen lassen**

Einige Kennzahlen dienen mehr dem eigenen Ego als dem eigentlichen Nutzen für das Profil. Natürlich sind viele Likes und Follower immer schön zu haben, jedoch zeigen diese Zahlen nicht, ob auch die richtigen Besucher\*innen am geposteten Inhalt interessiert sind. Indikatoren für echte Interaktion bieten hier mehr Einblicke. Wie viele Besucher\*innen haben Beiträge auch kommentiert bzw. mitdiskutiert? Wie viele Follower konnten nach einem gewissen Posting oder einer aufwendigen Story dazugewonnen werden?

## Wie kann mir Instagram bei meiner Arbeit nutzen?

### Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – visuell Geschichten erzählen

Worte sagen viel, aber Bilder mehr – gerade da liegt die Stärke der Social Media Plattform Instagram. Wer sich kreativ zeigt und über ein bloßes Bild hinausdenkt, kann seine Botschaft in ein Visual Storytelling verpacken. Eine Abfolge von zusammenhängenden Bildern erzählt nicht nur Geschichten, sondern vermittelt auch Botschaften. Was wir sehen, behalten wir länger im Gedächtnis. Und das, was uns bewegt, erstaunt und anregt, sowieso. Deshalb ist Instagram ein hervorragendes Instrument, um visuelle Inhalte in Szene zu setzen.

### Interaktion

Im Vergleich zu Facebook haben die Instagram User\*innen im Feed in der Regel noch deutlich mehr Platz für neue Kanäle und sind offen für neue Inhalte. Auf Instagram liegt die Interaktionsrate fast 5-mal höher als auf Facebook. Likes und Kommentare werden auf Instagram deutlich häufiger vergeben, als auf

Facebook, dies kommt daher, dass die Plattform vom Entdecken und Suchen lebt und wächst. Die Nutzer\*innen sind im Durchschnitt jünger als auf anderen Social Media Plattformen und die Hemmschwelle ist niedriger, auf Beiträge anderer Nutzer\*innen zu reagieren

### Hashtags

Der Hashtag ist eine Erfindung von Twitter, die so genial ist, dass sie alle kopieren. Darum gibt es Hashtags auch bei Facebook und – genau: auf Instagram. Einerseits kann man selbst Hashtags etablieren und so ein eigenes Fotoarchiv erstellen. Andererseits sind die gesetzten Tags bzw. Schlagworte eine Weiterleitung zu einer Art »Sammelstelle«, an der alle hochgeladenen Inhalte zu sehen sind, die mit diesem Begriff »gehashtaggt« wurden. Für Organisationen und Vereine ist es deshalb einfacher, per Hashtags, Ortsmarkierungen und Empfehlungen an neue Interessierte zu gelangen.

### Neue Zielgruppen

Instagram ist vor allem bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen beliebt (71% der 14 – 29 Jährigen nutzen die App regelmäßig) mit dem gezielten Einsatz von Stories und Hashtags kann also über diese Plattform eine weitaus jüngere Generation als Follower dazugewonnen werden. Durch die jüngere Zielgruppe der Plattform können hier sehr gut Themen, wie zum Beispiel der Freiwilligendienst ideal platziert werden.

**WIR SIND VIELE UND WIR ZEIGEN ES**  
wir-sind-paritaet.de

Gefördert vom:



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend