

# Inhaltsverzeichnis

|       |                                                                       |    |
|-------|-----------------------------------------------------------------------|----|
|       | Über die Autorin .....                                                | 15 |
| 1     | Instagram in der Aufmerksamkeitsökonomie .....                        | 17 |
| 1.1   | Relevanz aus Unternehmenssicht. ....                                  | 18 |
| 1.1.1 | App-Architektur und Nutzerführung .....                               | 18 |
| 1.1.2 | Nah an den kommunikativen und technologischen Trends ..               | 19 |
| 1.1.3 | Reichweite, Wachstum und Nutzerstruktur .....                         | 22 |
| 1.1.4 | Nutzungsintensität .....                                              | 23 |
| 1.1.5 | Überdurchschnittliches Engagement der Nutzer .....                    | 23 |
| 1.1.6 | Marken- und Kaufaffinität der Nutzer .....                            | 24 |
| 1.1.7 | Kreativität der Community .....                                       | 24 |
| 1.1.8 | Werbemöglichkeiten .....                                              | 25 |
| 1.1.9 | Unternehmensadaption .....                                            | 25 |
| 1.2   | Relevanz aus Nutzersicht. ....                                        | 25 |
| 1.2.1 | Instagram als Teil der Online-Identität .....                         | 25 |
| 1.2.2 | Instagram und die Sehnsucht nach Authentizität .....                  | 26 |
| 1.2.3 | Instagram als Ort für Gemeinschaft .....                              | 27 |
| 1.2.4 | Instagram – das General-Interest-Magazin für die<br>Hosentasche. .... | 29 |
| 1.2.5 | Instagram als Ort des Lernens .....                                   | 29 |
| 1.2.6 | Instagram als Einnahmequelle. ....                                    | 30 |
| 1.3   | Abgrenzung zu anderen Social-Media-Plattformen .....                  | 31 |
| 1.3.1 | TikTok .....                                                          | 31 |
| 1.3.2 | BeReal. ....                                                          | 33 |
| 1.3.3 | Facebook. ....                                                        | 33 |
| 1.3.4 | WhatsApp. ....                                                        | 34 |
| 1.3.5 | Snapchat. ....                                                        | 34 |
| 1.3.6 | Pinterest .....                                                       | 35 |
| 1.3.7 | YouTube .....                                                         | 36 |
| 1.3.8 | LinkedIn .....                                                        | 37 |

|          |                                                                            |           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>2</b> | <b>Grundlagen – Wichtigste Funktionalitäten und Kanäle der App . . . .</b> | <b>39</b> |
| 2.1      | Instagram-Profil . . . . .                                                 | 40        |
| 2.2      | Instagram-Business-Profil . . . . .                                        | 40        |
| 2.2.1    | Einrichten Ihres Business-Profiles . . . . .                               | 43        |
| 2.2.2    | Verifizierte Profile . . . . .                                             | 45        |
| 2.2.3    | Verwaltung mehrerer Accounts . . . . .                                     | 47        |
| 2.2.4    | Wahl Ihres »Benutzernamens« und »Namens« . . . . .                         | 48        |
| 2.2.5    | Ihr Profilfoto . . . . .                                                   | 52        |
| 2.2.6    | Ihre Biografie . . . . .                                                   | 52        |
| 2.2.7    | Hashtags und Markierungen in der Biografie . . . . .                       | 55        |
| 2.2.8    | Ihre URL in der Biografie . . . . .                                        | 57        |
| 2.2.9    | Optische Gestaltung Ihrer Biografie . . . . .                              | 62        |
| 2.2.10   | Fixierte Posts . . . . .                                                   | 63        |
| 2.3      | Creator-Profil . . . . .                                                   | 64        |
| 2.4      | Instagram-Webprofil . . . . .                                              | 65        |
| 2.4.1    | Upload von Fotos und Videos über den Desktop . . . . .                     | 67        |
| 2.4.2    | Verwaltung von Drittanbieter-Apps . . . . .                                | 67        |
| 2.5      | Verknüpfung Ihres Profils mit anderen Social-Media-Profilen . . . . .      | 67        |
| 2.6      | Verknüpfung mit Ihrer Website . . . . .                                    | 68        |
| 2.6.1    | Einbetten von Instagram-Beiträgen . . . . .                                | 68        |
| 2.7      | Instagram Stories . . . . .                                                | 69        |
| 2.8      | Instagram Reels . . . . .                                                  | 76        |
| 2.9      | Instagram Live . . . . .                                                   | 77        |
| 2.10     | Instagram-Explorer . . . . .                                               | 78        |
| 2.11     | Homefeed . . . . .                                                         | 80        |
| 2.12     | Instagram-Algorithmus . . . . .                                            | 81        |
| 2.12.1   | Social Graph . . . . .                                                     | 81        |
| 2.12.2   | Content Graph . . . . .                                                    | 82        |
| 2.12.3   | Reels-Feed . . . . .                                                       | 82        |
| 2.13     | Instagram Direct . . . . .                                                 | 83        |
| 2.13.1   | Gespeicherte Antworten . . . . .                                           | 84        |
| 2.13.2   | Häufig gestellte Fragen . . . . .                                          | 84        |
| 2.14     | Aktivität . . . . .                                                        | 85        |
| 2.15     | Instagram Shopping . . . . .                                               | 85        |
| 2.15.1   | Instagram Checkout . . . . .                                               | 88        |
| 2.15.2   | Shopping for Creators . . . . .                                            | 89        |

|          |                                                                       |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.16     | Guides .....                                                          | 90        |
| <b>3</b> | <b>Entwicklung einer Instagram-Strategie .....</b>                    | <b>93</b> |
| 3.1      | Ein eigenes Profil oder eine reine Werbestrategie? .....              | 93        |
| 3.2      | Instagram Audit & SWOT-Analyse .....                                  | 96        |
| 3.2.1    | Externes Audit .....                                                  | 97        |
| 3.2.2    | Externes Audit: hilfreiche Tools .....                                | 99        |
| 3.2.3    | Internes Audit .....                                                  | 102       |
| 3.2.4    | SWOT-Analyse .....                                                    | 104       |
| 3.3      | Finden und Formulieren einer Unternehmensvision und<br>-mission. .... | 105       |
| 3.3.1    | Warum? .....                                                          | 107       |
| 3.3.2    | Wie? .....                                                            | 108       |
| 3.3.3    | Was? .....                                                            | 109       |
| 3.4      | Analyse und Definition von Zielgruppen. ....                          | 115       |
| 3.4.1    | Exkurs: Consumer Decision Journey .....                               | 118       |
| 3.5      | Bildsprache und Tonalität .....                                       | 121       |
| 3.5.1    | Bildsprache. ....                                                     | 122       |
| 3.5.2    | Eine geeignete Bildsprache finden. ....                               | 129       |
| 3.5.3    | Tonalität .....                                                       | 131       |
| 3.6      | Recherche von Hashtags und Keywords. ....                             | 133       |
| 3.6.1    | Recherche-Ergebnisse aus Ihrer Persona-Entwicklung .....              | 133       |
| 3.6.2    | Instagram-Suche .....                                                 | 134       |
| 3.6.3    | Externe Tools .....                                                   | 134       |
| 3.6.4    | Keyword-Tools .....                                                   | 135       |
| 3.6.5    | Deutsche oder englische Hashtags? .....                               | 135       |
| 3.6.6    | Branded Hashtags .....                                                | 135       |
| 3.7      | Definition einer konkreten Zielsetzung .....                          | 135       |
| 3.7.1    | Potenzial von Instagram .....                                         | 136       |
| 3.7.2    | Ziele herleiten .....                                                 | 145       |
| 3.7.3    | Definition wichtiger Kennzahlen und KPIs .....                        | 151       |
| 3.7.4    | Ziele setzen und SMART formulieren. ....                              | 157       |
| 3.7.5    | Tools und Methoden zur Erfolgsmessung .....                           | 158       |
| 3.8      | Ableitung konkreter Themen, Stories, Inhalte und Formate .....        | 159       |
| 3.8.1    | Ableitung von Themen .....                                            | 159       |
| 3.8.2    | Operationalisierung von Themen und Stories .....                      | 163       |

|         |                                                                      |     |
|---------|----------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.9     | Distribution Ihrer Inhalte und Community Management .....            | 167 |
| 3.9.1   | Posting-Frequenz.....                                                | 167 |
| 3.9.2   | Community Management.....                                            | 169 |
| 3.9.3   | Format-Mix.....                                                      | 169 |
| 3.10    | Evaluation .....                                                     | 170 |
| 3.10.1  | Instagram Analytics.....                                             | 170 |
| 3.10.2  | Professionelle kostengünstige Tools .....                            | 173 |
| 3.10.3  | Professionelle Social-Media-Management- und<br>Analytics-Tools ..... | 173 |
| 3.11    | Organisation und Ressourcen .....                                    | 173 |
| 3.11.1  | Erstellung von Inhalten .....                                        | 174 |
| 3.11.2  | Community-Management.....                                            | 174 |
| 3.11.3  | Social-Media-Monitoring, -Management und -Analytics .....            | 175 |
| 3.11.4  | Redaktionsplanung .....                                              | 176 |
| 3.11.5  | Routinen .....                                                       | 176 |
| 3.11.6  | Zeitbudget.....                                                      | 177 |
| 3.11.7  | Weiterbildung.....                                                   | 178 |
| 3.11.8  | Werbung.....                                                         | 178 |
| 3.11.9  | Equipment .....                                                      | 178 |
| 3.11.10 | Budgetplanung.....                                                   | 178 |
| 4       | <b>Formatentwicklung- und Umsetzung.....</b>                         | 181 |
| 4.1     | Erstellen qualitativer Fotos.....                                    | 181 |
| 4.1.1   | Fotos selbst erstellen .....                                         | 182 |
| 4.1.2   | Apps zur Bearbeitung Ihrer Fotos .....                               | 185 |
| 4.1.3   | Professionelle Fotografen .....                                      | 186 |
| 4.1.4   | Stockfotos .....                                                     | 186 |
| 4.1.5   | User Generated Content (UGC) .....                                   | 187 |
| 4.1.6   | Employee Generated Content (EGC) .....                               | 188 |
| 4.1.7   | Influencer Generated Content (IGC) .....                             | 190 |
| 4.2     | Erstellen von Grafiken .....                                         | 191 |
| 4.2.1   | Zitate-Posts.....                                                    | 192 |
| 4.2.2   | Share Pics .....                                                     | 194 |
| 4.2.3   | Memes .....                                                          | 195 |
| 4.2.4   | Infografiken .....                                                   | 197 |
| 4.2.5   | Animierte Grafiken .....                                             | 199 |
| 4.2.6   | Illustrationen .....                                                 | 201 |

|        |                                                                |            |
|--------|----------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2.7  | Carousel-Posts . . . . .                                       | 203        |
| 4.2.8  | Begleitende Apps für die Erstellung von Grafik-Posts . . . . . | 204        |
| 4.3    | Erstellen qualitativer Videos . . . . .                        | 208        |
| 4.4    | Reels . . . . .                                                | 208        |
| 4.4.1  | Inszenierung von informationellem Content via Reels . . . . .  | 210        |
| 4.4.2  | Social Content in Reels . . . . .                              | 213        |
| 4.4.3  | Transaktionaler Content in Reels . . . . .                     | 214        |
| 4.4.4  | Ideen für Reels finden . . . . .                               | 215        |
| 4.4.5  | Reels konzipieren . . . . .                                    | 215        |
| 4.4.6  | Reels produzieren . . . . .                                    | 217        |
| 4.4.7  | Reels veröffentlichen . . . . .                                | 225        |
| 4.4.8  | Reels evaluieren . . . . .                                     | 226        |
| 4.5    | Instagram Stories . . . . .                                    | 226        |
| 4.5.1  | Inszenieren von informationellem Content mit Stories . . . . . | 227        |
| 4.5.2  | Transaktionaler Content in Stories . . . . .                   | 235        |
| 4.5.3  | Stories konzipieren . . . . .                                  | 240        |
| 4.5.4  | Stories produzieren . . . . .                                  | 240        |
| 4.5.5  | Stories evaluieren . . . . .                                   | 244        |
| 4.5.6  | Erstellen von Highlight-Stories . . . . .                      | 244        |
| 4.6    | Live-Videos . . . . .                                          | 246        |
| 4.6.1  | Planung . . . . .                                              | 247        |
| 4.6.2  | Umsetzung . . . . .                                            | 248        |
| 4.6.3  | Nachbereitung . . . . .                                        | 249        |
| 4.7    | Erstellen von Bildunterschriften . . . . .                     | 250        |
| 4.7.1  | Bildunterschriften auf Facebook und Twitter . . . . .          | 257        |
| 4.7.2  | Bildunterschriften nachträglich ändern . . . . .               | 257        |
| 4.8    | Hashtags . . . . .                                             | 257        |
| 4.9    | Verwendung von Stockfotos, -videos und -icons . . . . .        | 258        |
| 4.10   | Content Planung . . . . .                                      | 259        |
| 4.10.1 | Redaktionsplanung mit Tools . . . . .                          | 260        |
| 4.10.2 | Beiträge vorausplanen . . . . .                                | 261        |
| 4.10.3 | Content Erstellung aus Long-Form-Content . . . . .             | 262        |
| 4.10.4 | Content Recycling . . . . .                                    | 263        |
| 5      | <b>Aufbau einer Community auf Instagram . . . . .</b>          | <b>265</b> |
| 5.1    | Eigene Webpräsenzen . . . . .                                  | 265        |

|          |                                                                         |            |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5.2      | Soziale Netzwerke. . . . .                                              | 266        |
| 5.3      | Community Management . . . . .                                          | 266        |
| 5.3.1    | Kommentieren . . . . .                                                  | 267        |
| 5.3.2    | Anderen Nutzern folgen . . . . .                                        | 268        |
| 5.3.3    | »Gefällt mir«-Angaben . . . . .                                         | 268        |
| 5.3.4    | Fragen beantworten . . . . .                                            | 268        |
| 5.3.5    | Bleiben Sie sich selbst treu . . . . .                                  | 269        |
| 5.3.6    | Suche passender Profile und Beiträge über Hashtags . . . . .            | 269        |
| 5.3.7    | Standorte. . . . .                                                      | 270        |
| 5.3.8    | Interaktionen fördern . . . . .                                         | 270        |
| 5.3.9    | Tool-Tipp Hootsuite. . . . .                                            | 271        |
| 5.4      | Fan-Communities. . . . .                                                | 271        |
| 5.5      | Challenges . . . . .                                                    | 272        |
| 5.6      | Shoutouts. . . . .                                                      | 273        |
| 5.7      | Werbung auf Instagram schalten . . . . .                                | 274        |
| 5.8      | Influencer-Generated-Content. . . . .                                   | 274        |
| 5.9      | InstaMeets . . . . .                                                    | 275        |
| 5.9.1    | Instagramers. . . . .                                                   | 275        |
| 5.9.2    | Weltweite InstaMeets. . . . .                                           | 276        |
| 5.9.3    | Persönliche Treffen und Freundschaften . . . . .                        | 276        |
| 5.10     | Community-Regeln . . . . .                                              | 276        |
| 5.10.1   | Eigene Fotos und Videos posten. . . . .                                 | 276        |
| 5.10.2   | Fotos anderer Instagrammer bearbeiten und teilen . . . . .              | 277        |
| 5.10.3   | Authentizität, Humor und Menschlichkeit . . . . .                       | 277        |
| 5.10.4   | Nutzer blockieren und Inhalte melden . . . . .                          | 277        |
| 5.11     | Gewinnspiele. . . . .                                                   | 278        |
| 5.12     | Unseriöse Methoden zum Follower-Aufbau. . . . .                         | 279        |
| 5.12.1   | Follower- und Like-Apps . . . . .                                       | 279        |
| 5.12.2   | Like-Bots . . . . .                                                     | 280        |
| 5.12.3   | Follower kaufen . . . . .                                               | 280        |
| 5.12.4   | Instagram Pods . . . . .                                                | 281        |
| <b>6</b> | <b>Influencer-Marketing . . . . .</b>                                   | <b>283</b> |
| 6.1      | Relevanz von Influencer-Marketing auf Instagram . . . . .               | 284        |
| 6.1.1    | Sichtbarkeit und Relevanz in der Aufmerksamkeits-<br>ökonomie . . . . . | 284        |

|        |                                                          |     |
|--------|----------------------------------------------------------|-----|
| 6.1.2  | Umgehen von realen (und mentalen) AdBlockern . . . . .   | 284 |
| 6.1.3  | Zugang zu relevanten Zielgruppen . . . . .               | 285 |
| 6.1.4  | Relevante Reichweite. . . . .                            | 285 |
| 6.1.5  | Glaubwürdigkeit, Authentizität und Vertrauen . . . . .   | 285 |
| 6.1.6  | Kunden mit einem höheren Lifetime Value . . . . .        | 286 |
| 6.1.7  | Content-Kreation . . . . .                               | 286 |
| 6.1.8  | Medien- und Storytelling-Kompetenz . . . . .             | 286 |
| 6.1.9  | Differenzierung zum Wettbewerb . . . . .                 | 287 |
| 6.1.10 | Langlebige Partnerschaften mit großem Potenzial. . . . . | 287 |
| 6.2    | Begriffsklärung und Abgrenzung . . . . .                 | 287 |
| 6.2.1  | Nano-, Macro- und Micro-Influencer . . . . .             | 288 |
| 6.2.2  | Fach-Influencer versus Mainstream-Influencer . . . . .   | 291 |
| 6.2.3  | Content-Creator versus Multiplikator . . . . .           | 292 |
| 6.2.4  | Brand Advocate versus Brand Ambassador. . . . .          | 294 |
| 6.3    | Formen von Influencer-Marketing auf Instagram. . . . .   | 294 |
| 6.3.1  | Branded Foto- oder Video-Post. . . . .                   | 294 |
| 6.3.2  | Rabattcode/Aktionscode . . . . .                         | 296 |
| 6.3.3  | Affiliate Marketing. . . . .                             | 297 |
| 6.3.4  | Co-Creations. . . . .                                    | 298 |
| 6.3.5  | Takeover . . . . .                                       | 298 |
| 6.3.6  | Testimonials und Markenbotschafter . . . . .             | 299 |
| 6.3.7  | InstaMeets und InstaWalks . . . . .                      | 300 |
| 6.3.8  | Tutorials . . . . .                                      | 306 |
| 6.3.9  | Channel Building. . . . .                                | 306 |
| 6.3.10 | Strategie und Konzeption . . . . .                       | 306 |
| 6.3.11 | Content Generation. . . . .                              | 307 |
| 6.3.12 | Content Seeding . . . . .                                | 307 |
| 6.3.13 | Events . . . . .                                         | 307 |
| 6.3.14 | Werbekampagnen . . . . .                                 | 308 |
| 6.4    | Organisatorische Voraussetzungen . . . . .               | 308 |
| 6.4.1  | Organisationsstruktur . . . . .                          | 308 |
| 6.4.2  | Ein eigener Influencer-Marketing-Manager . . . . .       | 309 |
| 6.4.3  | Personelle und technische Ressourcen . . . . .           | 309 |
| 6.4.4  | Kontakt-Management via CRM-Tools . . . . .               | 309 |
| 6.4.5  | Kommunikation. . . . .                                   | 310 |

|       |                                                                   |     |
|-------|-------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.5   | Strategie, Umsetzung und Bewertung .....                          | 310 |
| 6.5.1 | Know-how aufbauen .....                                           | 310 |
| 6.5.2 | Messbare Ziele formulieren .....                                  | 312 |
| 6.5.3 | Zielgruppe bestimmen .....                                        | 314 |
| 6.5.4 | Ableitung von Maßnahmen .....                                     | 315 |
| 6.5.5 | Identifikation und Analyse von Influencern .....                  | 316 |
| 6.5.6 | Umsetzung.....                                                    | 322 |
| 6.5.7 | Bewertung.....                                                    | 323 |
| 6.6   | Rechtliche Rahmenbedingungen, Kennzeichnungspflichten.....        | 324 |
| 7     | <b>Instagram Advertising</b> .....                                | 327 |
| 7.1   | Relevanz von Werbung auf Instagram .....                          | 327 |
| 7.2   | Native Platzierung der Werbung im Homefeed.....                   | 327 |
| 7.3   | Selbstlernender Algorithmus.....                                  | 327 |
| 7.4   | Effektives Targeting .....                                        | 328 |
| 7.4.1 | Markenaffinität, Engagement und Kaufinteresse .....               | 328 |
| 7.4.2 | Visualität der Plattform .....                                    | 328 |
| 7.4.3 | Innovationskraft von Facebook.....                                | 328 |
| 7.5   | Ziele von Werbung auf Instagram .....                             | 329 |
| 7.6   | Werbeformen auf Instagram .....                                   | 330 |
| 7.6.1 | Foto-Ad (Photo Ad und Link Ad) .....                              | 330 |
| 7.6.2 | Video-Ad .....                                                    | 331 |
| 7.6.3 | Carousel Ads.....                                                 | 332 |
| 7.6.4 | Ads in Stories und Reels .....                                    | 333 |
| 7.6.5 | Lead Ads .....                                                    | 336 |
| 7.6.6 | Dynamic Ads .....                                                 | 337 |
| 7.6.7 | Collection Ads .....                                              | 338 |
| 7.6.8 | Branded Content Ads.....                                          | 341 |
| 7.7   | Voraussetzungen für Werbeschaltungen auf Instagram.....           | 341 |
| 7.7.1 | Vorteile eines eigenen Instagram-Profiles.....                    | 342 |
| 7.7.2 | Vorteile eines Instagram-Business-Profiles.....                   | 343 |
| 7.7.3 | Instagram-Profil mit Facebook-Seite verknüpfen .....              | 343 |
| 7.7.4 | Instagram mit der Meta Business Suite verknüpfen.....             | 344 |
| 7.7.5 | Vorteile eines Facebook-Pixels und/oder des<br>Facebook-SDKs..... | 346 |

|       |                                                                                |     |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 7.8   | Aufsetzen von Kampagnen .....                                                  | 349 |
| 7.8.1 | Anzeigen über den Werbeanzeigenmanager schalten .....                          | 349 |
| 7.8.2 | Anzeigen direkt in der Instagram-App schalten .....                            | 355 |
| 7.8.3 | Anzeigen über Instagram-Partner schalten .....                                 | 356 |
| 7.9   | Qualitative Anforderungen an Werbeanzeigen .....                               | 356 |
| 8     | <b>Kommunikative und rechtliche Regeln für Unternehmen auf Instagram</b> ..... | 359 |
| 8.1   | Nutzungsbedingungen von Instagram und ihre Anforderungen an Unternehmen .....  | 359 |
| 8.2   | PR-Guidelines und Markenrichtlinien .....                                      | 361 |
| 8.3   | Richtlinien für die Veranstaltung von Gewinnspielen und Wettbewerben .....     | 362 |
| 8.3.1 | Teilnahmebedingungen .....                                                     | 362 |
| 8.4   | Richtlinien für Promotions seitens Instagram .....                             | 363 |
| 8.5   | Umgang mit Urheberrechten .....                                                | 364 |
| 8.6   | Umgang mit Persönlichkeitsrechten .....                                        | 364 |
| 8.7   | Übersicht weiterer rechtlicher Rahmenbedingungen .....                         | 365 |
|       | <b>Stichwortverzeichnis</b> .....                                              | 367 |