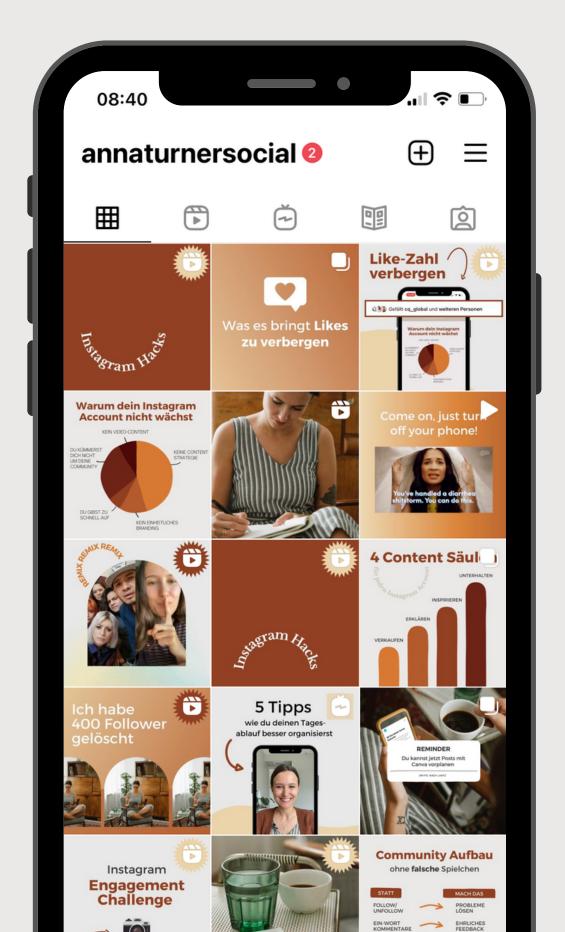




# Mehr als nur schöne Fotos: die wichtigsten Content-Formate auf Instagram

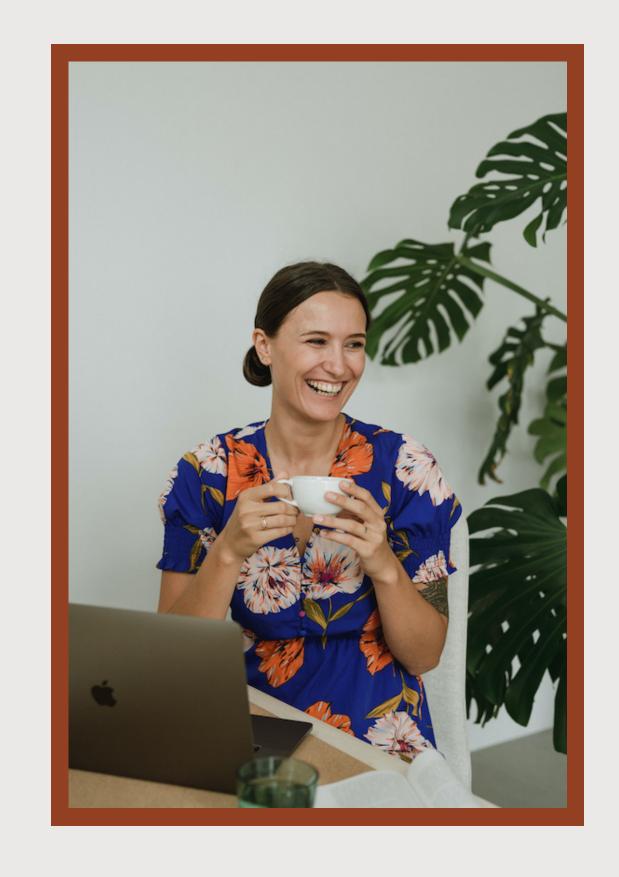




### Anna Turner

- Social Media Strategin für KMUs in 💳 / 💳 / 🥌
- Gründerin von White Fern Marketing
- Gerade von Arizona zurück nach Wien gezogen
- Introvertiert, zeigt sich aber trotzdem live
- Verbringt 4 Std. am Tag auf Instagram 🤐







# Woran ich gerade arbeite ...

Insta it! - Erfolgreiches Marketing mit Instagram



In ihrem neuen Buch zeigt dir Follow-me-Autorin Anne Grabs, wie du deine Fotoreihen konzipierst, Hashtags geschickt nutzt und mit gutem Content Geschichten erzählst, die überzeugen.

Für jeden Kommunikationszweck, von E-Commerce über Community bis hin zum Branding, findest du erprobte, praxistaugliche Content-Strategien und die richtige Ads-Kampagne.



Vorbestellbar
Lieferbar ab 29.10.2021



# Was du aus diesem Webinar mitnehmen kannst:



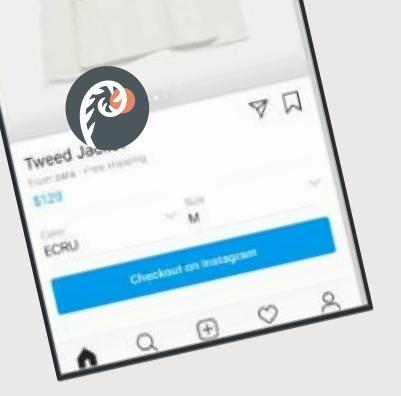
Du bekommst einen Überblick über die wichtigsten Formate auf Instagram (z.B. Stories, Reels, Guides)



Ich verrate dir meine Dos und Don'ts für jedes Format



Du lernst, welche Formate für deine Zielgruppe und Business-Ziele am besten funktionieren







- Adam Mosseri, Instagram CEO



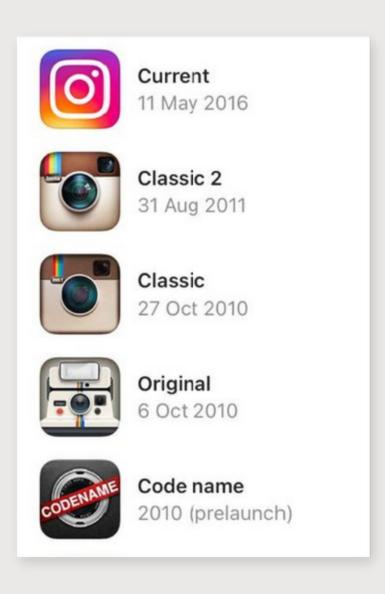






### **Instagram Timeline**

Von einer reinen Fotosharing-App zum 360° Netzwerk



Instagram wurde am 6. Oktober 2010 veröffentlicht

Instagrams Grundidee: Flickr und Facebook miteinander zu vermischen, um ein echtes soziales Netzwerk für Bilder zu schaffen.



### **Instagram Timeline**

Von einer reinen Fotosharing-App zum 360° Netzwerk

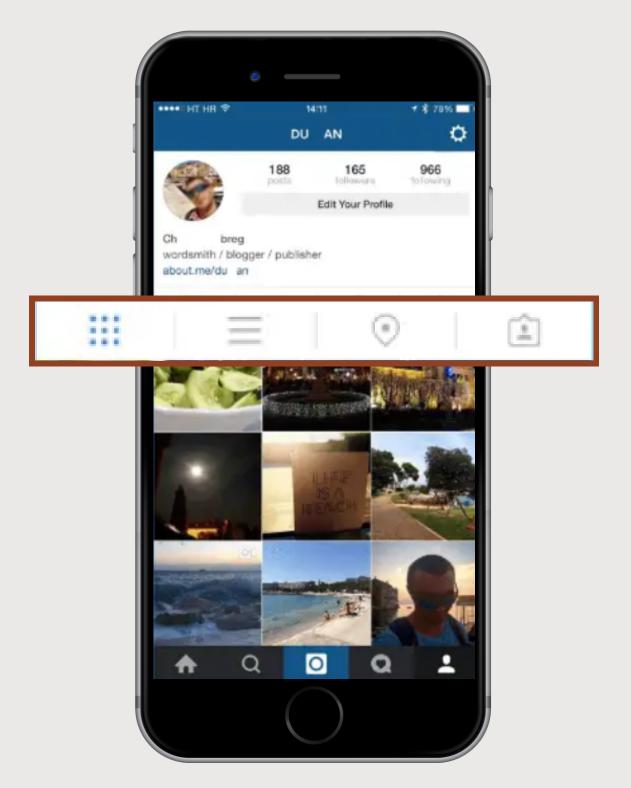
#### Okt 2010

Instagram wird veröffentlicht



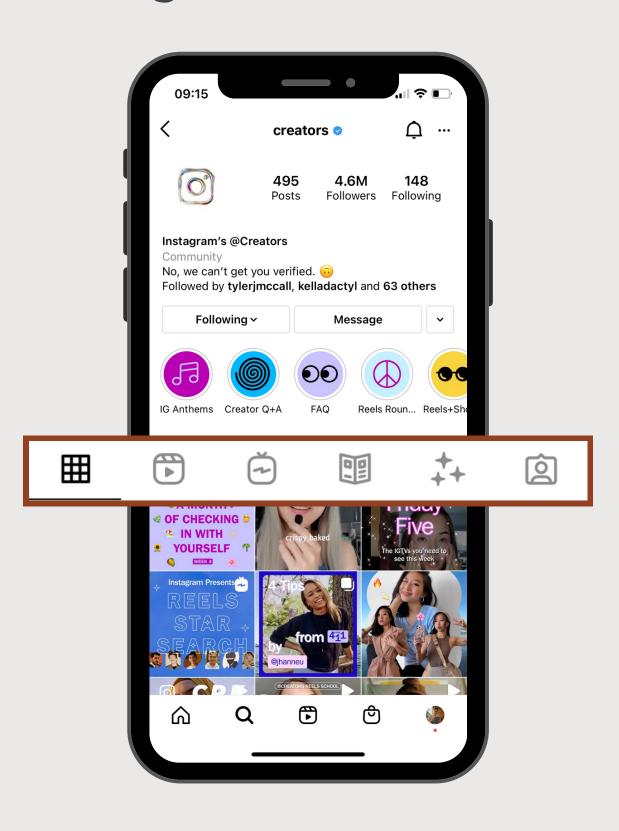


#### Instagram Profil 2015



Bildquelle: Great Apps Timeline

#### Instagram Profil heute





Reiner

Foto-Feed

#### Instagram Profil 2015

#### Instagram Profil heute

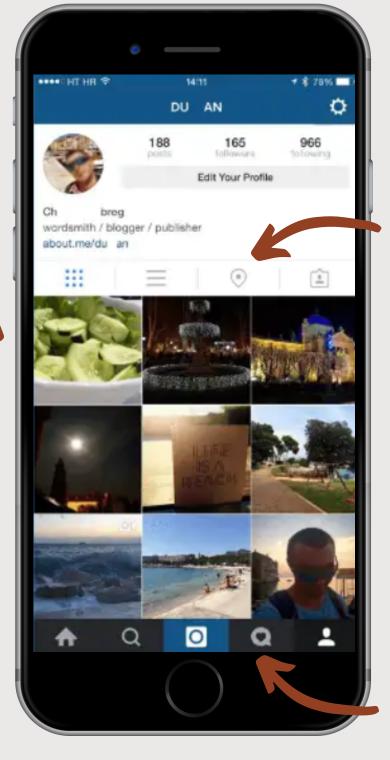
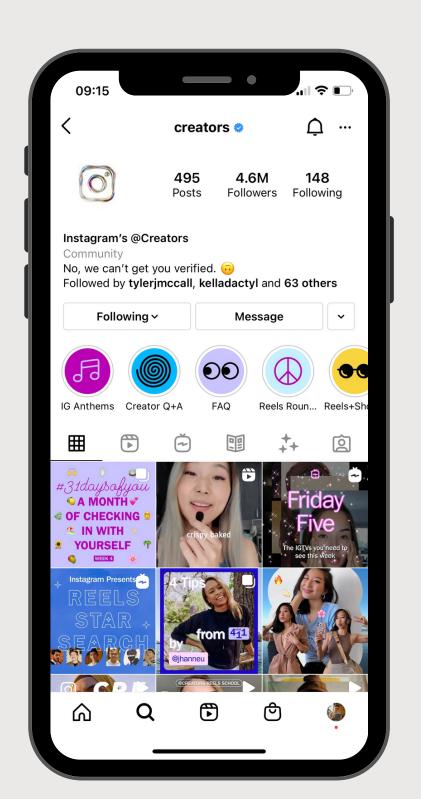


Foto-Weltkarte

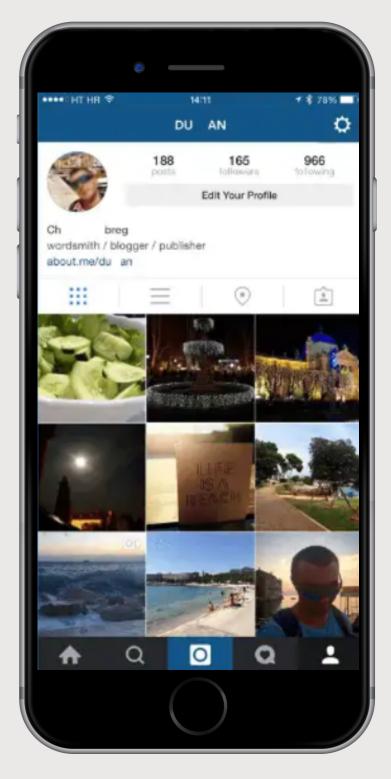
Likes & Kommentare

Bildquelle: Great Apps Timeline



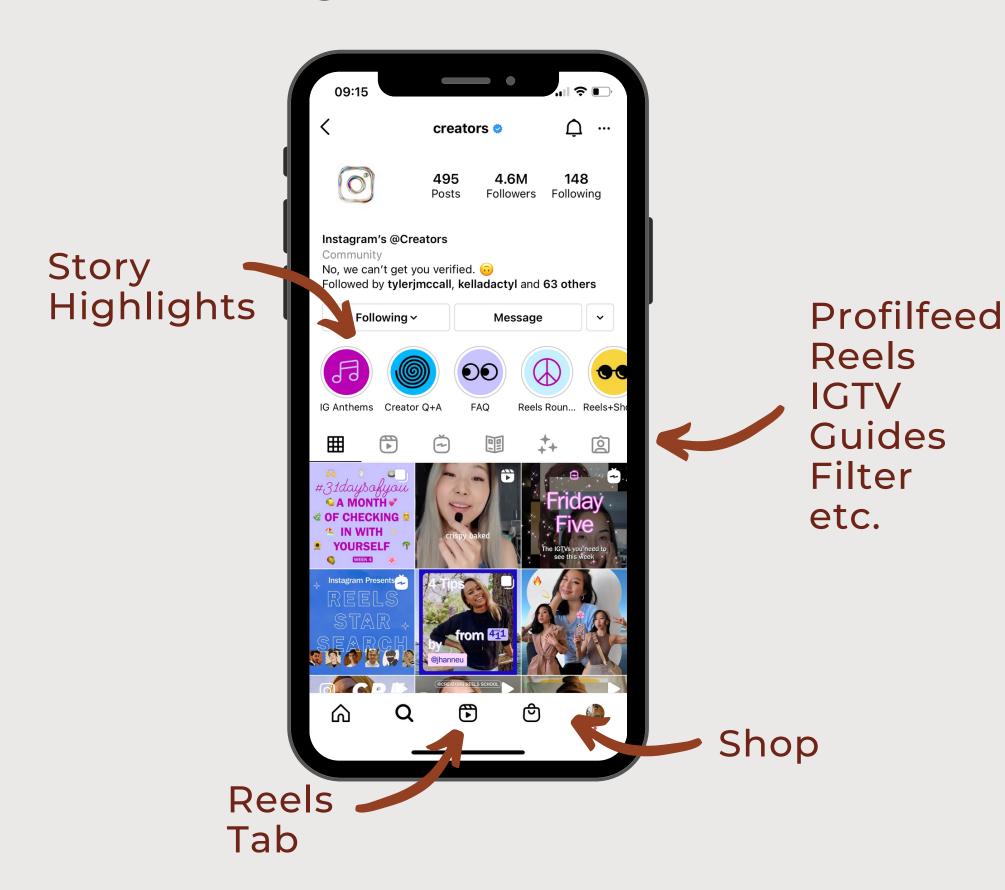


#### Instagram Profil 2015



Bildquelle: Great Apps Timeline

#### Instagram Profil heute





### Fazit



Früher drehte sich alles um den Foto-Feed.



Heute verteilt sich die Aufmerksamkeit und das Engagement der User:Innen auf Feed, Stories, Reels-Tab, Live Videos, etc.



Quelle:https://www.instagram.com/growwithvix/



Wie behält man da noch den Überblick?





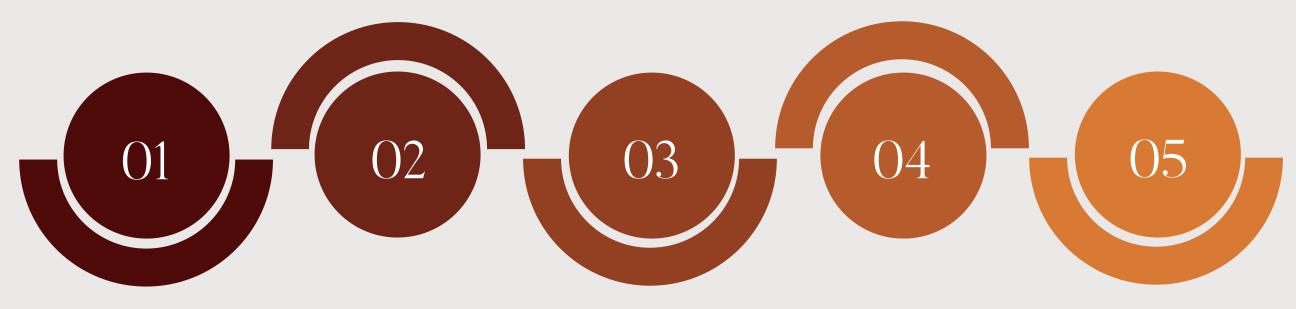
# Überblick Instagram Formate

#### Karussell-Posts

Bilder & Videos zu einer Art 'Slideshow' zusammengefasst

#### Story Highlights

Stories, die am Profil gespeichert werden



#### **Feed Posts**

Einzelne Bilder & Videos auf deinem Instagram Profil

#### **Stories**

Kurze Bilder & Videos, die nach 24h verschwinden

#### Reels

Mit Musik unterlegte Videos im TikTok-Format



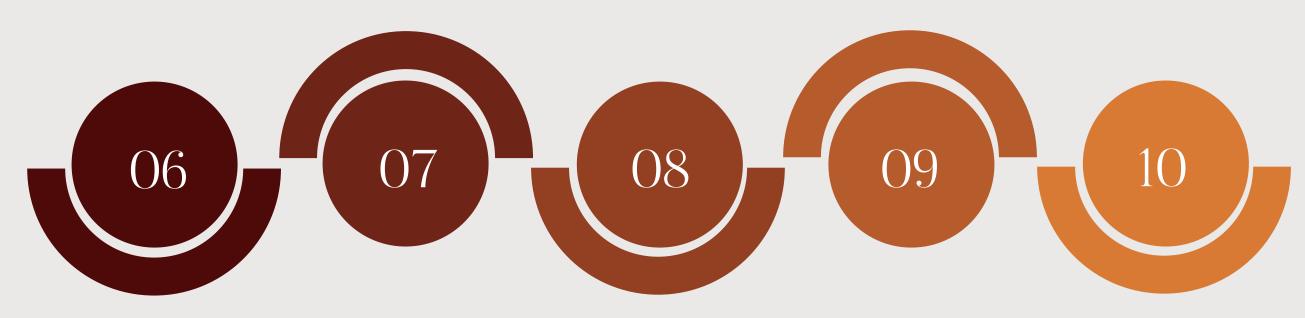
# Überblick Instagram Formate

#### **IGTV**

Steht für Instagram TV, ein Format für längere Videos

#### Shop

Virtuelles Schaufenster für Produkte und Marken



#### Lives

Videos, die in Echtzeit übertragen werden

#### Guides

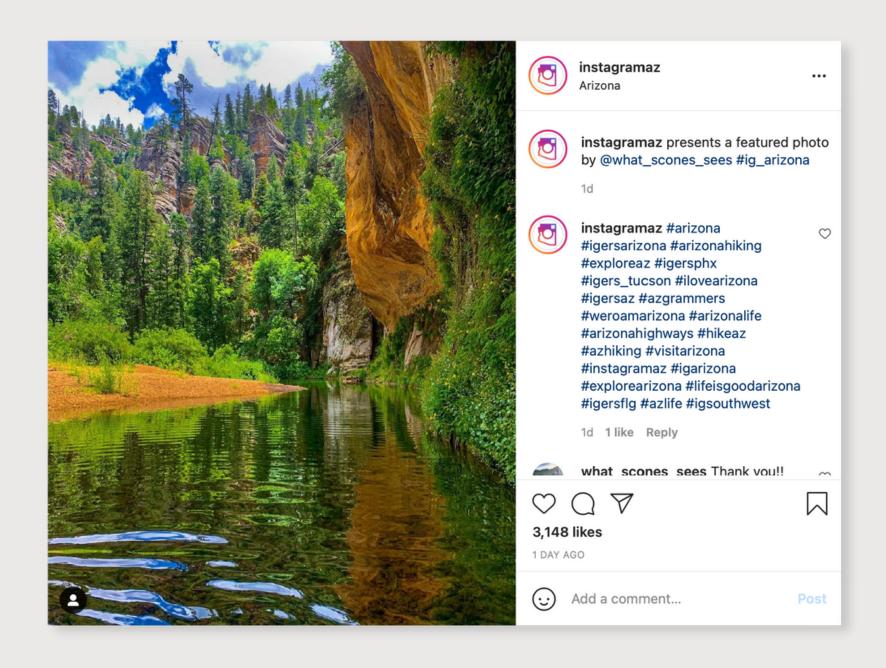
Eine Sammlung von Instagram Posts, Produkten oder Orten

#### Filter & Effekte

Al Filter und Effekte, die in Instagram Stories verwendet werden



01 - Einfache Feed Posts



Einfache Posts oder Grafiken sind durchaus noch immer relevant, sofern sie Mehrwert bieten.

Teile Evergreen-Content oder sog.
"Thumbstopper", schöne Bilder,
witzige Memes oder informative
Infografiken, die ins Auge stechen.





01 - Einfache Feed Posts

#### Mach das:



Hochwertige Fotos und Grafiken



Hochformat verwenden (1080 x 1350)



Abwechslungsreicher Content (Memes, Infografiken, etc.)



"Share-Worthy" Content posten



Möglichst wenige Stock-Bilder verwenden



02 - Karussell-Posts



Karussell-Posts bestehen aus mehreren Fotos oder Videos, die durch Wischen oder Klicken nach links angeschaut werden können.

Der größte Vorteil von Karussell-Posts ist, dass sie öfter im Feed angezeigt werden.

Die Anzahl der Slides in Karussell-Posts erkennt man an den Punkten unterm Post





02 - Karussell-Posts

#### Mach das:



Alle 10 Slides nutzen



Kennzeichnen, dass es sich um einen Karusell-Post handelt



Animationen (z.B. GIFs) und statischen Content abwechseln



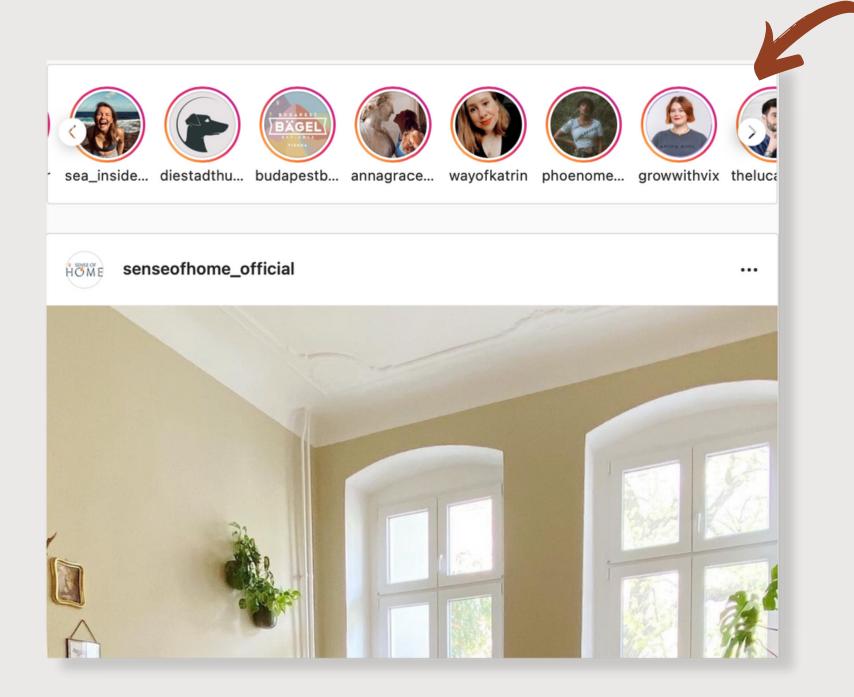
Call-to-Actions (CTAs) einbauen



Listicles oder Mini Blog-Posts teilen



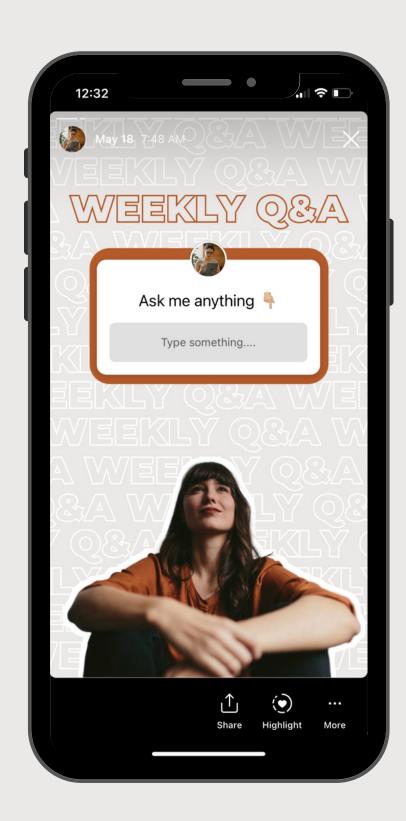
03 - Stories



Instagram Stories werden ganz oben im persönlichen Feed angezeigt.

> Instagram hat mit dem Story-Feature einfach Snapchat kopiert. Einzelne Stories bestehen aus Bildern oder Videos (max. 15 Sekunden Länge), die mit GIFs, Stickern oder Text angereichert werden können.





03 - Stories

#### Mach das:



Story-Sticker nutzen (z.B. GIFs, Quizzes, Countdowns)



Max. 5 Story-Slides teilen für höhere Verweildauer



Kontext von Feed-Posts erläutern



Video Stories immer mit Untertitel posten



Erzähle spannende "Mikro-Stories"



04 - Story Highlights

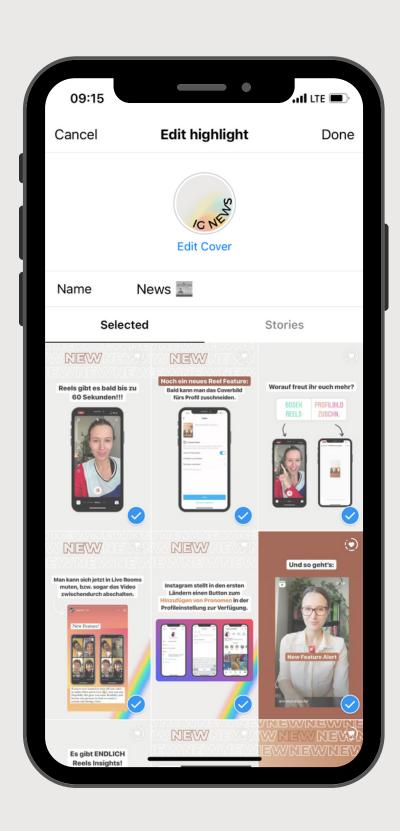


Um wichtige Stories länger als 24
Stunden verfügbar zu machen, gibt es am eigenen Instagram Profil sogenannte Story Highlights.

Instagram Stories können am Profil als Highlight gespeichert werden.







04 - Story Highlights

#### Mach das:



Story Highlights als eine Art Website Menü betrachten



Eigene Highlight Cover erstellen



Maximal 7-10 Story Highlights am Profil



Dich/Dein Unternehmen vorstellen



Highlights regelmäßig aussortieren







- Adam Mosseri, Instagram CEO

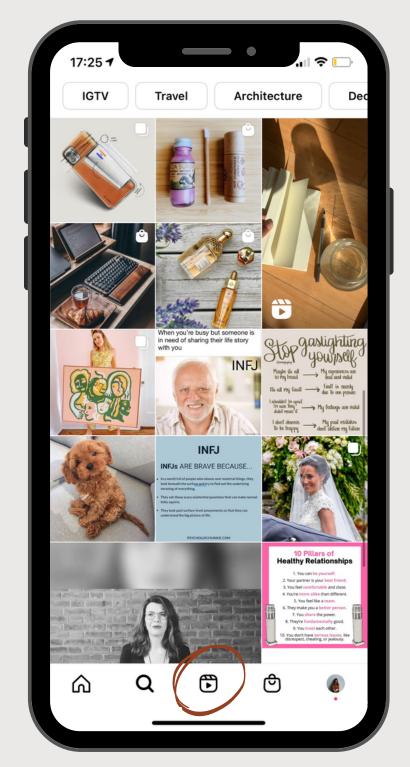








05 - Reels



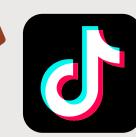
Es gibt einen eigenen Reels-Tab



Reels werden ganz oben im Explore-Feed angezeigt

So wie schon Stories, wurden Reels ganz einfach von einem anderen erfolgreichen Netzwerk kopiert, nämlich TikTok.

Reels sind Kurzvideos mit einer Länge von bis zu 30 Sekunden, die mit Musik und Spezialeffekten unterlegt werden.







05 - Reels

#### Mach das:



Trending Sounds/Themes verwenden



Kurz halten: 8-10 Sekunden sind ideal



Eigene Cover erstellen und Reels im Feed teilen



2-4 Reels pro Woche erstellen



Unterhaltsamen Content posten



06 - Lives



Im Instagram Live Stream kann man alleine oder mit bis zu drei weiteren Accounts Videos in Echtzeit übertragen.

Angezeigt wird das Live Video in der Story-Leiste im eigenen Feed.

Quelle: https://www.futurebiz.de/artikel/instagram-live/





06 - Lives

#### Mach das:



Live Videos vorher ankündigen (Feed + Stories)



Live-Rooms mit Kolleg:Innen hosten



Q&A Sessions hosten mit dem Fragesticker



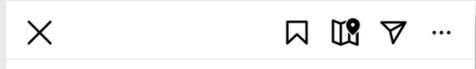
Folien einfügen für Mini-Präsentationen



Live Videos herunterladen und auf IGTV teilen



08 - Guides



#### **Stadtpark**

Der Stadtpark im 1. Bezirk bereichert Wien nun schon seit etwas mehr als 150 Jahren und gilt übrigens als Wiens erste, öffentliche Parkanlage.



Stadtpark
Vienna, Austria
Park

 $\Box$ 

In Instagram Guides können mehrere Beiträge, Produkte und Orte zusammengefasst werden. Dieses Format erinnert stark an Pinterest und dessen Pinnwände.





Man kann auch Orte in einem Instagram Guide abspeichern





08 - Guides

#### Mach das:



Beiträge zu einem Schwerpunkt zusammenfassen



Deine Lieblingsprodukte, -orte vorstellen



Keywords in den Titel und die Beschreibung einbauen

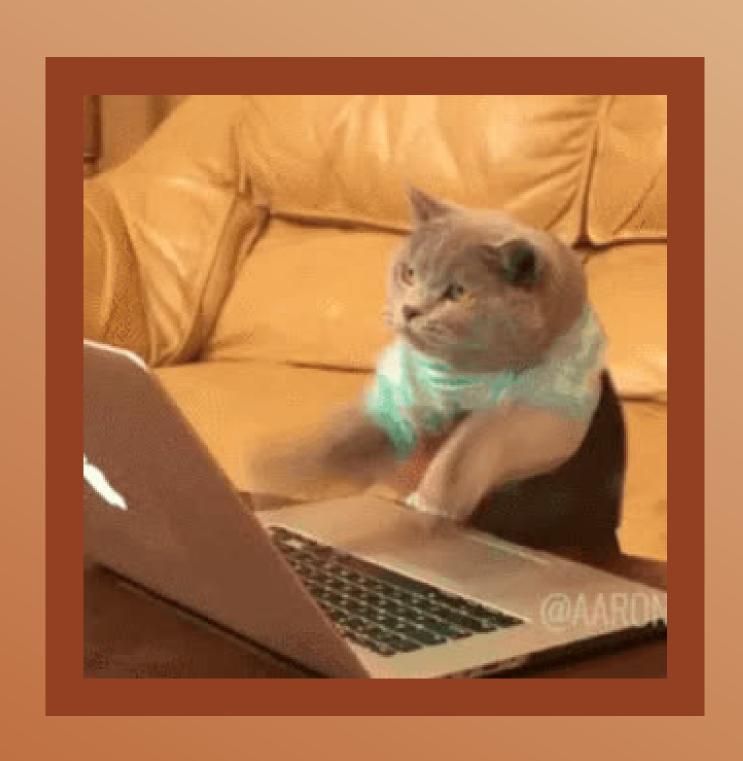


Guides in der Story (oder im Feed) teilen



#### Aber muss ich wirklich ...

### alle Formate verwenden?









- Sonja Kroll, Internet World

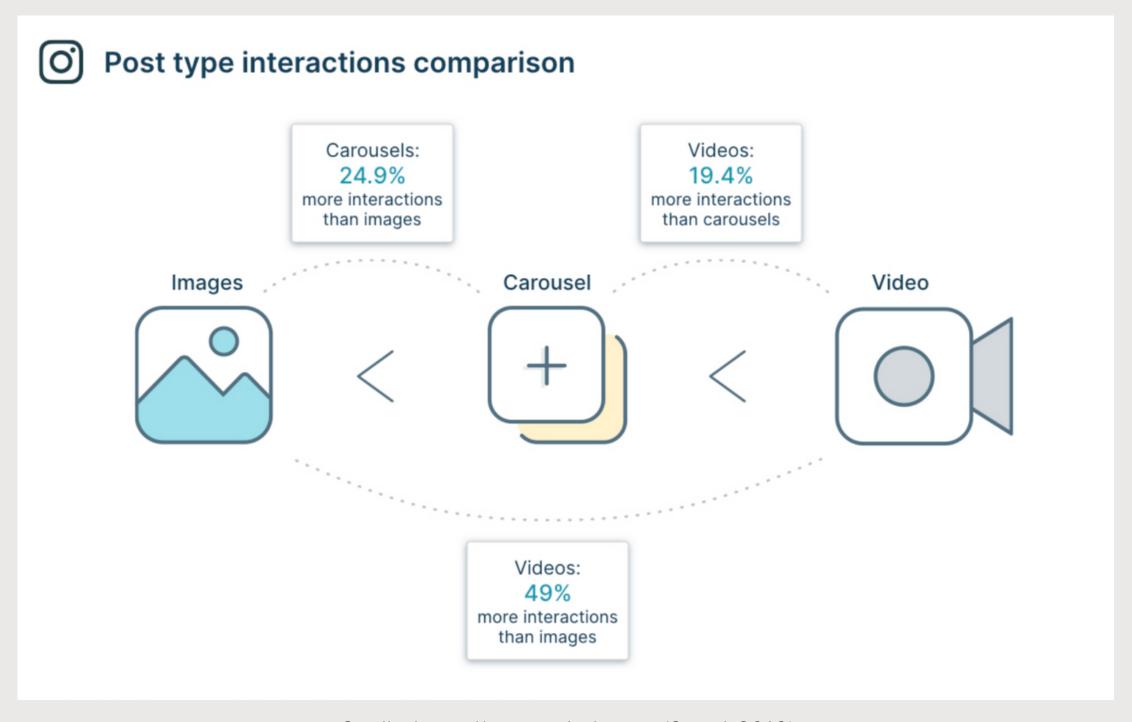








### Die interaktionsstärksten Formate



Quelle: https://www.quintly.com (Stand: 2019)



Reels

05

### Verwende dieses Format, um ...

Feed Posts "share-worthy" Content zu teilen (Memes, Infografiken)

Wissenswertes zu teilen (Listicles, Mini-Blogs)
Posts

O3 Stories dich mit deinen Followern direkt auszutauschen

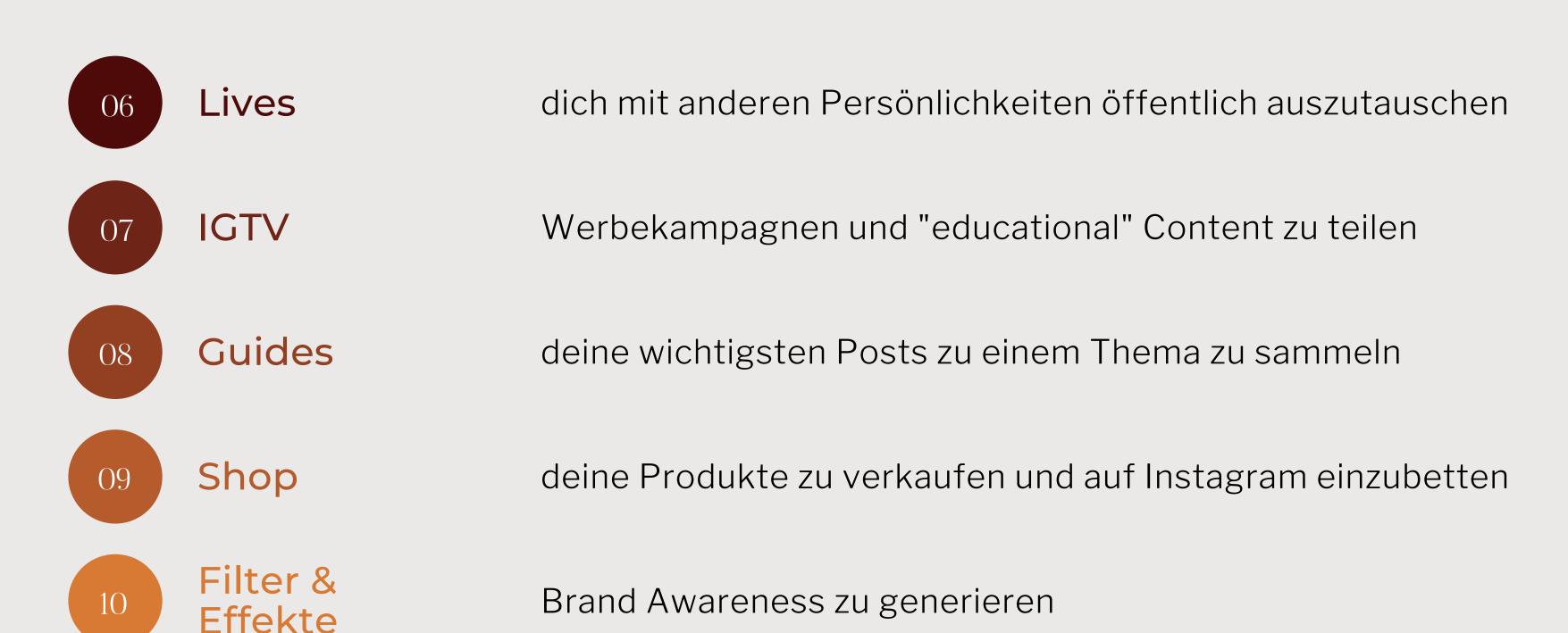
Story
Highlights

die wichtigsten Infos über dein Unternehmen zu präsentieren

"snackable" Content zu teilen (Trending Topics)



### Verwende dieses Format, um ...





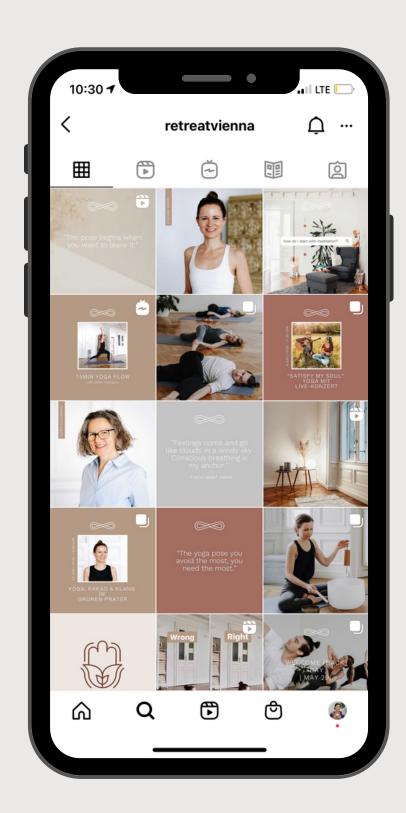
## Verwende dieses Format, um ...



Quelle: https://www.instagram.com/anne.grabs/



## Beispiel 1 - @retreatvienna



Posts: 788

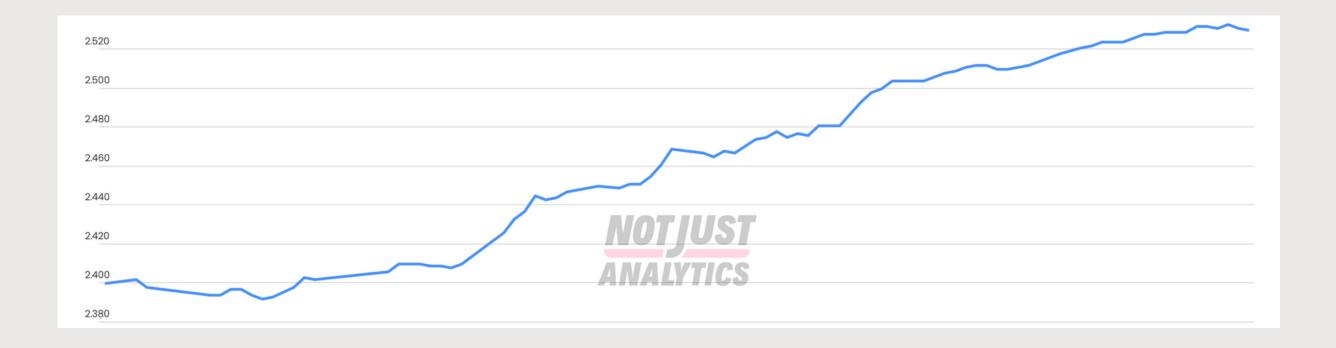
Follower: 2.530



Inhalte werden vom Team (Yoga Teachers) erstellt

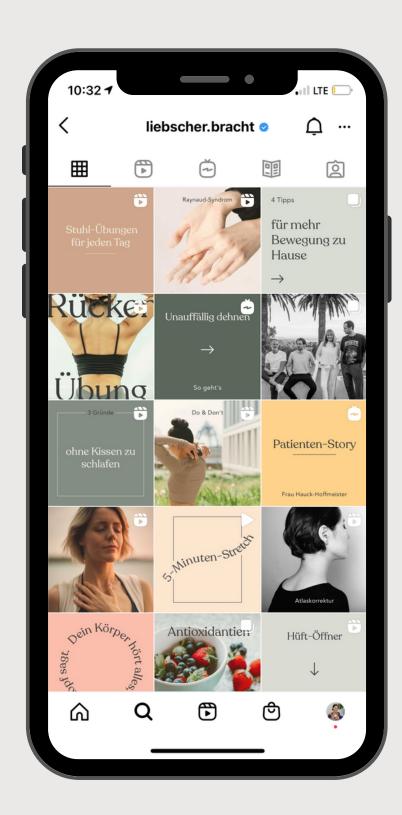


Formate werden je nach Zeitaufwand und Budget ausgewählt





### Beispiel 2 - @liebscher.bracht



Posts: 1.171

Follower: 242k



Inhalte werden von einem professionellen Content-Team erstellt und vom Instagram Account-Manager gepostet



Aktive Community, auch in den Kommentaren



Alle Formate (inkl. Guides und Shops) werden strategisch genutzt und regelmäßig mit Inhalten bespielt



# Noch Fragen?







### Let's Socialize!

- O <u>@annaturnersocial</u>
- (in) /annaturnersocial
- <u>@annaturnersocial</u>

# Meine Agentur:

<u>www.whitefernmarketing.com</u>

<u>anna@whitefernmarketing.com</u>

