

24 Instagram Tipps

1 #Hashtags in Stories haben keine Auswirkung auf deine Reichweite.

2 Wenn du auf Instagram wachsen willst, ist es essentiell regelmäßig zu posten.

3 Du kannst nur eine Personal Brand aufbauen und gesehen werden, wenn du in Posts selbst zu sehen bist.

4 Instagram bewertet dein gesamtes Profil im Hinblick auf Relevanz

5 Ohne Interaktion mit anderen wirst du nicht wachsen

6 Nur mit „perfekten“ Bildern kommst du 2023 nicht mehr weit

7 Checkliste Post: Aussagekräftiges Foto/ Video, Caption mit Schlagwörtern und Hashtags.

8 Marketing ohne Statistik ist wie Autofahren im Nebel

9 Reels mit Trendaudios haben mehr Reichweite.

10 Hashtags verlieren an Bedeutung, Schlagwörter in der Caption werden essentiell.

11 Reels im richtiges Format posten.

12 Stories mit Text performen besser.

13 Du hast eine Sekunde.

14 Qualität von Fotos und Videos spielt beim Ranking eine Rolle.

15 Bei Hashtags machts die Mischung aus „großen“ und „kleinen“.

16 Reels mit Text performen besser.

17 Mit Videocontent kannst du (noch) von selbst wachsen.

18 Die Anzahl der Follower ist für deine Reichweite nicht ausschlaggebend.

19 Mehrwert ist der Schlüssel zu Reichweite.

20 Siegeszug der Mikro-Influencer

21 Fotos mit Musik performen besser.

22 Recycle Posts, die gut funktioniert haben.

23 Nichts muss „fertig“ sein - Trial and Error.

24 Optimiere dein Profil (siehe letzte Seite).

1

#Hashtags in Stories haben keine Auswirkung auf deine Reichweite.

Die Story ist ein Beitragsformat für die Leute, die dir ohnehin schon Folgen. Hashtags sind dazu da, dass Instagram dich mit Hilfe seines Algorithmus einer Nische zuordnen kann, sodass deine Posts Leuten, die auch in der Nische sind vorgeschlagen werden können. („Vorschlagen“ heißt (hauptsächlich), auf der Entdecken Seite (Lupe) und/oder bei den Reels ausgespielt zu werden.) In Stories werden einem kaum neue Leute vorgeschlagen. Also kannst du dir die Mühe sparen und deine Hashtags lieber für Reels und andere Beiträge nutzen!

2

Wenn du auf Instagram wachsen willst, ist es essentiell regelmäßige zu posten.

- 1) Willst du gesehen werden, auch wenn man nicht nach dir sucht?
- 2) Oder willst du nur gefunden werden, wenn dich jemand sucht?

1. Setzt voraus, dass du strategisch den Algorithmus bedienst, sodass deine Account langfristig wächst, sprich deine Insights im grünen Bereich sind. Essentiell ist dabei, und es führt einfach kein Weg daran vorbei, dass du regelmäßig postest. Ich habe mit meinen Klient*innen herausgefunden, dass 1 Post pro Woche im Moment schon reicht, sofern du Videocontent postest. (Natürlich spielt dabei auch Qualität, Länge und Ästhetik eine Rolle).
2. Auch eine Strategie, aber nicht unbedingt der Sichtbarkeit dienlich, Instagram wird dann genutzt ähnlich einem Portfolio auf einer Castingplattform oder einer Homepage. Man wird also gefunden, wenn bspw. ein Einspringer gesucht wird oder nach/während einer Audition.

3

Du kannst nur eine Personal Brand aufbauen und gesehen werden, wenn du in Posts selbst zu sehen bist.

Macht Sinn, aber ich möchte es nochmal betonen. Wenn du Instagram professionell beruflich für dich nutzen und dich zu einer Marke machen willst, musst du auf deinen Beiträgen (auch Stories) zu sehen sein. Auf dem Kanal passiert viel unterbewusst, weil die meisten Nutzer*innen nebenbei Instagramen. Wenn dann an einem Baum- oder Essensbild vorbei gewischt wird, bringt dir das gar nichts, wenn aber DU vorbei „schaust“, bleibst du auf dem Schirm, auch wenn letztendlich oft dein Beitrag gar nicht genau angeschaut wird.

4

Instagram bewertet dein gesamtes Profil im Hinblick auf Relevanz

Sei dir bewusst, dass Instagram nicht nur einzelne Beiträge nach „Relevanz“ für deine Nische bewertet, sondern auch dein gesamtes Profil. Postest du beispielsweise nur Reels, wird dein Profil im Moment einen höheren Rang bekommen, weil Instagram sich zu einer Videoplattform weiterentwickeln will und nach wie vor Videocontent „belohnt“.

5

Ohne Interaktion mit anderen wirst du nicht wachsen

Der Algorithmus zielt darauf ab, dass Leute miteinander interagieren. Das heißt alle Beiträge, die Reaktionen (Likes, Kommentare, Beitragsspeicherungen) bekommen, werden als „relevant“ für deine Nische eingeordnet und weiter „oben“ ausgespielt. Vergiss also nicht das SOCIAL in Social Media – es ist ein ausgeklügeltes Netzwerk Tool und kann unbedingt als solche gesehen werden, vor allem, wenn du es beruflich nutzen willst.

6

Nur mit „perfekten“ Bildern kommst du 2023 nicht mehr weit

Authentizität ist gewünscht, man und frau wollen echte Menschen sehen, mit denen sie „relaten“ können. Perfektion war 2017, ein hoch auf Schnapschüsse – aber natürlich in angemessener Qualität ;)

7

Checkliste Post

Grundregeln für alle deine Beiträge, wenn du im Instagame mitspielen willst: Video/ Foto, das dich „einfängt“ (Scrollstopper)
Caption mit Catchphrase, Schlagwörtern, Aufforderung zur Interaktion, Hashtags.

8

Marketing ohne Statistik ist wie Autofahren im Nebel

Wenn du nicht ab und zu auf deine Zahlen schaust, machst du dir viiiiiieel Arbeit umsonst und bist letztendlich frustriert.

Für den Anfang reichen folgende Tipps:

1. Schau dir an, wann die meisten deiner Zielgruppe online sind und poste grob dann

Thread: Profil → drei Zeilen oben rechts („Burgermenü“) → Insights → Gesamtzahl der Follower → Aktivste Zeiten (ganz nach unten scrollen))

2. Schau, welche deiner Beiträge besonders viele Reaktionen bekommen haben, damit bekommst du aAnhaltspunkte für deinen zukünftigen Content (wobei ich NIE sagen würde: orientiere dich komplett an den Bedürfnissen der User, das wird niemals authentisch sein.)

Thread: Profil → drei Zeilen oben rechts („Burgermenü“) → Insights → Inhalte, die du geteilt hast

WICHTIGES PS: Du kannst deine Insights nur ansehen, wenn du dein Konto auf Business/Professional gestellt hast!!

9

Reels mit Trendaudios haben mehr Reichweite.

Guck mal die Reels durch, die dir so angezeigt werden und wenn dir die Musik/ der Sound gefällt, kannst du sie direkt für eins deiner Reels benutzen. Ein Tendenz zum Trendaudio erkennst du an dem kleinen Pfeil nach oben.

10

Hashtags verlieren an Bedeutung

Instagram wird immer schlauer und braucht zum Einordnen von Beiträgen gar nicht mehr so viele Hashtags. Mittlerweile durchsucht der Algorithmus (a la Google) deine Texte nach Schlagwörtern und ordnet so deine Beiträge einer Nische zu.

11

Reels im richtiges Format posten.

Am Anfang sowas von komisch, dass alles Hochformat ist, oder? Aber mittlerweile hab ich noch nicht mal mehr den Impuls im Querformat zu filmen....

Du kannst es bspw. an den Zahlen auf meinem elisabeth_koestner Kanal sehen: Zunächst habe ich kleine Videos im Querformat gepostet, dann irgendwann alles auf Hochformat umgeschnitten und Bääääm, am Anfang statt 500 Aufrufe auch schonmal 18 000. Das geht jetzt nicht mehr, weil jeder jetzt Reels macht, aber dennoch: Hochformat bei Videos ist ein Muss, wenn du mehr Reichweite willst.

12

Stories mit Text performen besser.

Ganz simpel: Die meisten schauen Instagram in Bus und Bahn und haben nicht immer Kopfhörer auf. Wenn du also was in der Story berichtest, dann verschaffen dir „Untertitel“ mehr Aufmerksamkeit in deiner Crowd – und ja, es ist manchmal viel Arbeit...

13

Du hast eine Sekunde.

Da die meisten Instagram zwischendurch und nebenbei nutzen, musst du beim Wischen und Scrollen in kürzester Zeit ihre Aufmerksamkeit einfangen. Denk Schlagzeile, Titelfoto, rasanter Schnitt, Moneynote etc.

14

Qualität von Fotos und Videos spielt beim Ranking eine Rolle.

Verpixelt, verschwommen, verrauscht – also wenn der Inhalt des Videos nicht weltbewegend ist, dann stehen die Chancen schlecht, dass dich der Algorithmus weit vorne/oben anzeigt. Beachte zum Beispiel auch, dass sich die Qualität deiner Videos reduziert, wenn du über andere Plattformen (bspw. über Tiktok) postest.

15

Bei Hashtags machts die Mischung aus „großen“ und „kleinen“.

Auch, wenn die Bedeutung von Hashtags generell abnimmt, solltest du welche setzen. Bei der Auswahl wähle eine Mischung aus großen (Hashtags die schon für viele Beiträge genutzt wurden) und kleinen (Hashtags die eher nischig sind). Die Größe kannst herausfinden, indem du bei der Suchfunktion nach dem Hashtag suchst und dir anschaust, wie oft er schon verwendet wurde. (<10 000 klein, >10 000 groß).
Übrigens „Megahashtags“ wie #love und #happy machen überhaupt keinen Sinn (mehr) für mehr Reichweite in deiner Nische.

16

Reels mit Text performen besser.

Gleicher Grund, wie bei den Stories: Instagram wird zwischendurch genutzt und alles, was einen nicht sofort „erwischt“ weiter gescrollt. Ein eindeutiger oder vielleicht sogar provokanter Titel für dein Reel erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Leute sich das ganze Video anschauen.

17

Mit Videocontent kannst du (noch) von selbst wachsen.

Mit Fotos ist es vorbei auf Instagram, zumindest ordnet der Algorithmus Videocontent – im speziellen Reels – eine höhere Relevanz zu. Das hat einfach damit zu tun, dass sich die Plattform weg von einer Fotoplattform hin zu einer Videoplattform entwickeln will. (Allerdings werden auch wieder mehr Fotos gepusht, das müssen wir weiter beobachten. Meine Empfehlung ist eine Mischung.)

18

Die Anzahl der Follower ist für deine Reichweite nicht ausschlaggebend.

Dass die Anzahl der Follower einen Anhaltspunkt darüber geben, wie viele Menschen ich mit meinen Beiträgen erreiche ist veraltet. Follower kann man sich kaufen und das erkennt auch der Instagramalgorithmus (gekaufte Follower sind nie besonders aktiv)– und ehrlich gesagt jeder, der sich ein bißchen die Zahlen anschaut: Stimmt die Relation zwischen Followern und Interaktionen zu einzelnen Beiträgen nicht
(bspw. 10 000 Follower, aber nur 50-100 Likes), kann man davon ausgehen, dass da jemand sein Profil gepimpt hat.

19

Mehrwert ist der Schlüssel zu Reichweite.

Wenn sich niemand mit deinen Inhalten identifizieren kann, unterhalten wird oder eine Erkenntnis gewinnt, wirst du auch nicht wachsen.

20

Siegeszug der Mikro-Influencer

Ego-Content ist (meistens) unsympathisch und ihn will auch keiner mehr sehen. Das Bild vom sich-selbst-feiernden Influencer mit perfektem Leben wurde durchschaut. User mit wenigen Followern haben eine deutlich höhere „Engagement-Rate“ - das heißt im Verhältnis zu ihren Followern sind sie in einem sehr viel regerem Austausch mit ihrer Community, als die typischen „Influencer“ und genießen eine höhere Glaubwürdigkeit. Dadurch sind sie auch für große Unternehmen eine spannende Marketing Option geworden. Was dir das bringt? Naja, in erster Linie die Info, dass sich der Markt im Moment automatisch ausdifferenziert und du dich nicht stressen lassen musst, einem typischen Bild vom erfolgreichen Instagrammer a la 2017 nachzueifern - Bitte nicht!! Wenn Investoren mehr Geld in Nischen stecken, um spezifischer ihre Zielgruppe zu erreichen, wird sich das auch in Zukunft auf den Algorithmus auswirken: Bei deinem Content, bei dir und nischenspezifisch zu bleiben, könnte sich also für deine Reichweite lohnen.

21

Fotos mit Musik performen besser.

Du kannst nun auch zu Fotos Musik hinzufügen. Wenn du einen Post erstellst und in der Maske für die Caption bist, findest du etwas weiter unten diese neue Option - vorausgesetzt, dieses Feature ist bei dir frei geschaltet, manchmal dauert es eine Weile bis neue Dinge "ausgerollt" sind. Neue Features wie dieses werden jedenfalls immer erstmal vom Algorithmus gepusht. Ist was neu: Immer erstmal probieren!

22

Recycling

Wenn ein Reel oder ein Post besonders gut funktioniert hat – also deine Insights dir sagen, dass der Post eine hohe Reichweite hatte, dann scheue nicht davor, ihn als Vorlage für weitere Posts zu nehmen. Wenn etwas zeitlicher Abstand vorhanden ist, könntest du ihn sogar einfach nochmal posten, weil du davon ausgehen kannst, dass er wahrscheinlich ganz anderen Leuten ausgespielt wird.

Nichts muss „fertig“ sein - Trial and Error.

Um kontinuierlich zu wachsen, musst du den Mut haben, Dinge auszuprobieren. Der Austausch in deiner Community ist dafür entscheidend und dabei geht es nicht darum, das zu bedienen, was „die Leute sehen wollen“. Es geht darum mit deinen Inhalten eine Einladung für Interaktionen auszusprechen, und zu beobachten, wann viele das Bedürfnis haben, mit dir in Kontakt zu treten. Dabei beziehe ich mich vor allem auf die „Verpackung“ (Beitragsart, Copywriting, etc.) deiner Inhalte, denn wenn du anfängst deine Inhalte den Leuten anzupassen, kann das nur unauthentisch werden und verpufft im Mainstream. Mutig in Trial and Error schmeißen und verstehen, dass Social Media Plattformen keine Homepages sondern Netzwerk Tools sind. Eine Homepage ist dazu da, gefunden zu werden, wenn jemand aktiv nach dir sucht, das „Netzwerken“ hat da schon vorher stattgefunden. Social Media bietet dir alle Möglichkeiten, dass Leute auf dich stoßen, obwohl sie NICHT nach dir suchen.

Profilcheck

BENUTZERNAME

- einfach eindeutig

PROFILBILD

kontrastreich

- enger Bildausschnitt

NAME

wichtigstes Suchkriterium

KURZBESCHREIBUNG

wichtigstes Suchkriterium

- was du machst auf den Punkt auf einen Blick
- "lesbar" (Anordnung)

STORY HIGHLIGHTS

- "Portfolio"
- "Schnellzugriff"

