



Die 15 meistgestellten Fragen aus der „News Masterclass: Instagram Edition“

Von Mai bis August 2021 konnten Verlage, Journalistinnen und Journalisten in der virtuellen achtteiligen „News Masterclass: Instagram Edition“ erfahren, wie sie ihre Lesercommunity ausbauen und stärken können. In den Sessions gab es eine Einführung in Storytelling, Formate sowie eine Übersicht zu Best Practices, was Verlage bislang auf Instagram gelernt und erfolgreich umgesetzt haben. Außerdem wurde diskutiert, wie gesellschaftlicher Diskurs auf Instagram stattfindet und was Journalistinnen und Journalisten von Creators lernen können.

Die insgesamt 15 Speaker und Speakerinnen haben wichtige Grundlagen für Instagram, weiterführendes Know-how und jede Menge Tipps und Tricks mitgegeben. Nun geht es an die Umsetzung!

Um die Arbeit etwas zu erleichtern, geben wir in diesem Handout Antworten auf die 15 meistgestellten Fragen aus den Sessions, ergänzt um eine kleine Linkssammlung.

1 WIE OFT SOLLTE AUF INSTAGRAM GEPOSTET WERDEN, UM REICHWEITE AUFZUBAUEN? IST WENIGER MEHR?

Weniger ist weniger. Mehr ist mehr. Posten sollte man dann, wenn man etwas zu sagen hat - z.B. wenn Ereignisse passieren, es Neues zu berichten gibt... Möchte man über Instagram Reichweite für seine Marke und seinen Content generieren, sollte man auch regelmäßig und tagesaktuell aktiv sein, vor allem im Feed.

2 WIE BEKOMMT MAN DIE VERIFIZIERUNG, DEN BERÜHMTESTEN BLAUEN HAKEN AUF INSTAGRAM?

Verifizierungen können direkt in der Instagram-App angefragt werden. Bitte sicherstellen, dass die aktuelle Version der Instagram-App auf dem Handy installiert ist.

☞ Details dazu: <https://help.instagram.com/398038890351915>

Profile werden nur dann auf Instagram verifiziert, wenn über die Personen, Unternehmen, Medienmarken regelmäßig in führenden überregionalen Medien berichtet wird, in Deutschland also z.B. Berichte bei BUNTE, BILD, BRAVO, GALA, kicker, ProSieben, RTL, DER SPIEGEL, SZ, VOGUE, WELT, usw.

Wenn die Verifizierung vor 4 Wochen oder länger abgelehnt worden ist und in der Zwischenzeit signifikante Presseberichte neu veröffentlicht wurden, bitte einfach in der App eine neue Verifizierungsüberprüfung beantragen.

3 WIE KANN ERFOLG AUF INSTAGRAM GEMESSEN WERDEN?

Das kommt ganz darauf an, was man erreichen möchte (bspw. Steigerung der Reichweite in einer Zielgruppe, Traffic-Generierung für die eigene Website oder Engagement-Rate und vieles mehr). Ihr könnt Instagram-Insights und CrowdTangle verwenden, um mehr über die Abonnenten des Kontos oder der Performance zu erfahren. Darüber hinaus erkennt ihr anhand der Insights, wie die Zielgruppe mit bestimmten Beiträgen, Stories, IGTV-Videos, Reels und Live-Videos interagiert. Zu den Insights und Kennzahlen für das Konto gehören gegebenenfalls auch die bezahlten Aktivitäten.

☞ Erfahrt mehr über Instagram-Insights: <https://bit.ly/2VOW0JN>

☞ Alles Informationen zu CrowdTangle findet ihr hier: <https://www.crowdtangle.com>

4 WELCHE ANALYSE TOOLS GIBT ES?

Ihr könnt Instagram-Insights sowie die Insights in Creator Studio verwenden, um mehr über die Abonnenten eures Kontos oder die Performance zu erfahren. Darüber hinaus erkennt ihr dort, wie die Zielgruppe mit bestimmten Beiträgen, Stories, IGTV- Videos, Reels und Live-Videos interagiert. Zu den Insights und Kennzahlen für das Konto gehören gegebenenfalls auch die bezahlten Aktivitäten.

Im Tab Insights von Creator Studio für Instagram findet ihr verschiedene Kennzahlen zu all euren Inhalten, die euch über den Content und auch über etwaige Einnahmen informieren.

CrowdTangle ist ein Insights-Tool, das es einfach macht, öffentliche Inhalte in sozialen Medien zu verfolgen, zu analysieren und darüber zu berichten.

5 LÄSST SICH INSTAGRAM AUCH VOM DESKTOP AUS STEUERN?

Viele Funktionen von Instagram lassen sich auch am Desktop und/oder in Creator Studio nutzen, vor allem zur Analyse. Dies gilt bspw. aber nicht für Stories. Generell wird Instagram vor allem am Smartphone genutzt – vom User ebenso wie vom Creator...

6 WELCHE TIPPS GIBT ES FÜR DIE ERSTELLUNG VON INSTAGRAM REELS?

Postet Reels, die hochkant gefilmt sind und unterhalten (bspw. überraschendes Ende) oder inspirieren. Berücksichtigt Trends und verwendet kreative Tools und Sticker. Seid experimentierfreudig, probiert Neues! Vermeidet unscharfe Videos und solche, die sichtbar in anderen Apps erstellt wurden (Logo/Wasserzeichen), vermeidet Rahmen und verdeckt nicht den Großteil der Fläche nur mit Text.

7 WARUM STAGNIERT DAS WACHSTUM, OBWOHL NICHTS AN DER STRATEGIE UND DEM CONTENT GEÄNDERT WURDE?

Genau deshalb. Weil man nichts an seinem Content und seiner Strategie geändert hat :-) Eine stetige Weiterentwicklung ist doch auch für jedes journalistisches Produkt empfehlenswert...

8 KANN MAN AUCH ALS VERLAG DIE SHOPPING-FUNKTION NUTZEN?

Ja. Das bietet sich zum Beispiel an, wenn man auch einen Shop betreibt, Merchandising Produkte anbietet, mit Designern kooperiert oder auch für gedruckte Sondereditionen. Weitere Informationen findest du hier:

☞ Erfahrt mehr über die Shopping-Funktion:
<https://business.instagram.com/shopping>

9 WAS BIETET CREATOR STUDIO?

Creator Studio vereint alle Tools, die ihr zum effektiven Posten, Verwalten, Monetarisieren und Messen der Performance von Content auf allen Facebook-Seiten und Instagram-Konten benötigt. Mit diesen Tools und den entsprechenden Berechtigungen stehen euch auch neue Funktionen sowie Optionen für die Monetarisierung zur Verfügung.

☞ Weitere Details zum Creator Studio könnt ihr hier finden:
<https://www.facebook.com/creators/tools/creator-studio>

10 KANN MAN CONTENT BEI FACEBOOK UND INSTAGRAM GLEICHZEITIG TEILEN?

Ja, das ist möglich. Viele der Inhalte lassen sich cross-posten, auch direkt aus Creator Studio oder den Apps heraus.

11 WIE LANG SOLLTE EIN IGTV SEIN?

Ein Video muss so lange dauern, wie es Zeit braucht die Geschichte zu erzählen. Die Dauer hängt also vom Content ab. Es darf nicht langweilig werden. Und die ersten 5 Sekunden sind besonders wichtig, sie müssen spannend gestaltet/erzählt sein.

12 WELCHE MÖGLICHKEITEN GIBT ES, UM CONTENT VORZUPLANEN?

Hierfür verwendet Creator Studio, alle Inhalte außer Stories lassen sich vorplanen.

⇒ Weitere Tipps zum Vorplanen und Speichern findet ihr hier: <https://bit.ly/3CjXRWr>

13 WANN IST ES SINNVOLL, MEHRSPRACHIGE TEXTE ZU NUTZEN?

Wenn auch euer Publikum mehrsprachig ist.

14 WIE VIELE HASHTAGS SOLL MAN SETZEN UND WIE WÄHLT MAN SIE OPTIMAL AUS?

Die Empfehlung ist 0-4 Hashtags. Sie sollten Content-spezifisch ausgewählt werden, so konkret wie möglich.

15 WIE KANN MAN EIGENE GIFS VERFÜGBAR MACHEN, BZW. EIGENE GIFS NUTZEN?

Die GIFs kann man mit seinem favorisierten Programm selbst erstellen und dann via Giphy.com in Instagram nutzbar machen.

⇒ Erfahrt mehr über Giphy.com und die Funktionen: <https://bit.ly/3Ckt4c1>

LINKSAMMLUNG

Freigegebene Präsentationen der virtuellen Masterclass-Sessions:

<https://www.dropbox.com/sh/5weprbo1s9fwpp/AACOb06uizTBbugFKQQ8BDBya?dl=0>

Das Help Center von Instagram:

<https://help.instagram.com>

Der Blog von Instagram, auf dem laufend wissenswerte Updates veröffentlicht werden:

<https://about.instagram.com/de-de/blog>

Die Seite des Facebook Journalism Project, auf der zahlreiche Best Practices und ein Newsletter zu finden sind:

<https://www.facebook.com/journalismproject>

Die Seite Facebook.com for Media mit hilfreichen Informationen zur Nutzung der Plattformen für Medienschaffende:

<https://www.facebook.com/formedia>

Ein Leitfaden zur Verwendung von Facebook und Instagram für Journalisten:

<https://FB.me/JournalistSafety2021>

Eine hilfreiche Übersicht Instagrams vielfältiger Features:

<https://about.instagram.com/features>

Alles zum Thema Community und Sicherheit auf Instagram:

<https://about.instagram.com/community/safety>