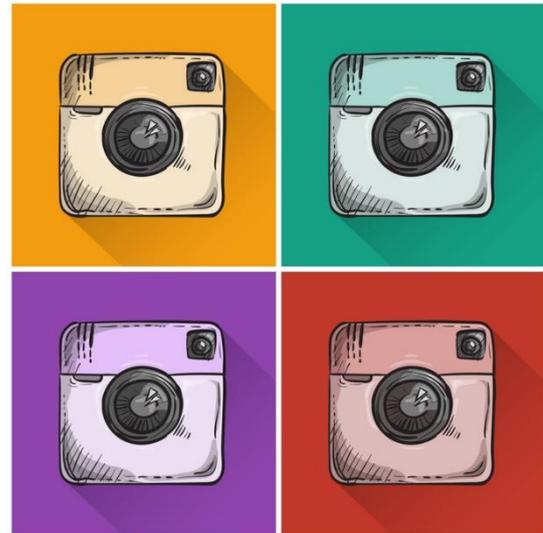


13 Beginner-Tipps, um Instagram für mehr Reichweite zu nutzen!

Von
[Patricia Schwarm](#)

13. März 2018

Diese Bilder-App?! „Auf Instagram lädt doch eh nur jeder sein abfotografiertes Essen hoch!“ Wirklich? Aber wirklich nicht. Die Themen sind breit, man muss nur die richtige Community für sich dort finden, oder selbst eine aufbauen. Wie bei jedem sozialen Netzwerk beansprucht das Zeit und kann nicht nebenbei gemacht werden. Aber es lohnt sich – denn ...



Instagram-Nutzer sind ...

- aktiver,
- aufnahmebereiter,
- persönlicher,
- empfehlungsfreudiger und
- positiver

als es die Nutzer auf Facebook sind. **Klar, nicht für jedes Unternehmen eignet sich ein eigener Instagram-Account**, nicht jeder hat Zeit und Lust ständig Fotos zu produzieren. Dann [konzentriere dich lieber auf ein anderes soziales Netzwerk](#).

Für alle anderen habe ich meine ganz persönlichen 13 Tipps zusammengefasst. 13 Dinge, die ich gerne von Anfang an gewusst hätte und die jedem weiterhelfen, der sich fragt: **Wie baue ich mir eine Community auf Instagram auf?** Ich kenne dabei beide Seiten: Die Private und die Berufliche.

1. Privates oder öffentliches Profil?

Bei Instagram kannst du wählen, ob du dein Profil öffentlich oder privat anlegen willst. **Du kannst es auch jederzeit ändern.** Privat bedeutet: Nur Personen, die du als Kontakt bestätigst sehen deine Bilder. Öffentlich bedeutet: Jeder kann deine Bilder sehen. Meine Erfahrung: **Privaten Profilen folge ich so gut wie nie**, da ich gar nicht sehen kann, welche Art von Bildern diese Person postet.

- Gefallen mir die Bilder?
- Gefallen mir die Themen zu welchen diese Person Bilder postet?
- Interessiert mich das Profil überhaupt?

Private Profile eignen sich daher nur, wenn man private **(Kinder-)Bilder** teilt oder man generell nur ausgesuchte Freunde als Follower haben möchte. **Die Devise lautet: Öffentliches Profil! Für Firmen sowieso.**

2. Themen: Eines oder mehrere?

Bewiesenermaßen funktionieren **single-topic Accounts** besser als ein „Kraut-und-Rüben-Account“. Solche spezialisierten Profile verzeichnen oft auch einen schnellen Zuwachs an Followern.

Einige Beispiele für angesagte Themen

- Interior/Scandinavian Interior
- DIY
- Fitness
- (Veganes) Essen
- Zitate
- Gärtnern
- Fashion
- Selfies
- Reisen
- Motivation

Aber auch Profile zu den **Themen Karriere und Business** entdeckt man auf Instagram. Beispielweise speziell zum Thema „**Marketing-Tipps für Instagram**“:

3. Bildbearbeitung & Stil

Welchen Filter sollte man benutzen? Ganz klar: am besten **KEINEN**. **Die Zeit von Instagram Filtern ist definitiv vorbei**. Besser ist es die Bilder über den „Funktionen“-Button zu bearbeiten, also beispielsweise

- Helligkeit,
- Bildausschnitt,
- Kontrast und
- Schärfe

zu optimieren. Generell sollten die **Bilder alle im selben Stil** gehalten werden. So wirkt dein Profil stimmig und potenzielle Follower erkennen unterbewusst, dass hier alle Bilder von dir sind. Auch wenn du bei Challenges (dazu weiter unten mehr) mitmachst, achte darauf, dass du ein Bild zum Repost aussuchst, das vom Stil gut in dein Profil passt. Wenn ein Bild **schlecht, unscharf oder unterbelichtet** ist, poste es nicht. **Schon wenige schlechte Bilder erwecken den Eindruck, dass hier nur jemand auf die Schnelle Schnappschüsse postet**. Und die Mehrheit möchte solch lieblose Bilder nicht sehen.

4. Die Sprache: Englisch oder deutsch?

Hier gibt es kein Richtig oder Falsch. Postet man die Beiträge auf Englisch,

- schließt man weniger Personen aus.
- wird die Zielgruppe größer.
- erhält man oft mehr Likes.
- erhält man vermehrt Kommentare aus aller Welt.

Postet man also ausschließlich Bilder zu einem **nicht regional beschränkten Thema**, kann man hier auch deutlich mehr Follower gewinnen. Denn wer folgt schon jemandem, dessen Posts man nicht lesen kann?

Internationale & regionale Follower erreichen – Nur wie?

Andererseits, wenn du mit dem Instagram-Profil auch eigene [Blogbeiträge pushen](#) möchtest oder du Sprüche als Bild postest, dann sind diese höchstwahrscheinlich auf deutsch, hier machen ein Beitrag auf englisch oder englische Hashtags wenig Sinn. Man kann natürlich auch **zweisprachig posten**, sofern die Bilder nichts deutschsprachiges zeigen. Das kann auch gut funktionieren. **Einfach testen und sehen was besser klappt.**

5. Hashtags: Tipps & Fehler

Man kann derzeit **maximal 30 Hashtags pro Bild verwenden**. Da können natürlich alle großen Brands und alle mit einer Followergemeinde jenseits der 5.000 schreien wie sie möchten, aber vor allem zu Beginn, sollte man diese 30 Hashtags auch ausnutzen (sofern einem 30 sinnvolle Hashtags einfallen). **Diese sollte man beim Posten vergeben, nicht im Nachhinein**, da die Bilder chronologisch erscheinen. Früher bestand die Möglichkeit durch das spätere Setzen eines Hashtags beispielsweise ein zwei Wochen altes Bild wieder an die Spitze einer Hashtag-Suchergebnisliste zu katapultieren. Leider ist das nicht mehr möglich und die Fotos erscheinen schlicht chronologisch – alte Bilder bleiben alt und damit weiter hinten.

Frage dich unbedingt: „Wie häufig wird ein Hashtag verwendet?“

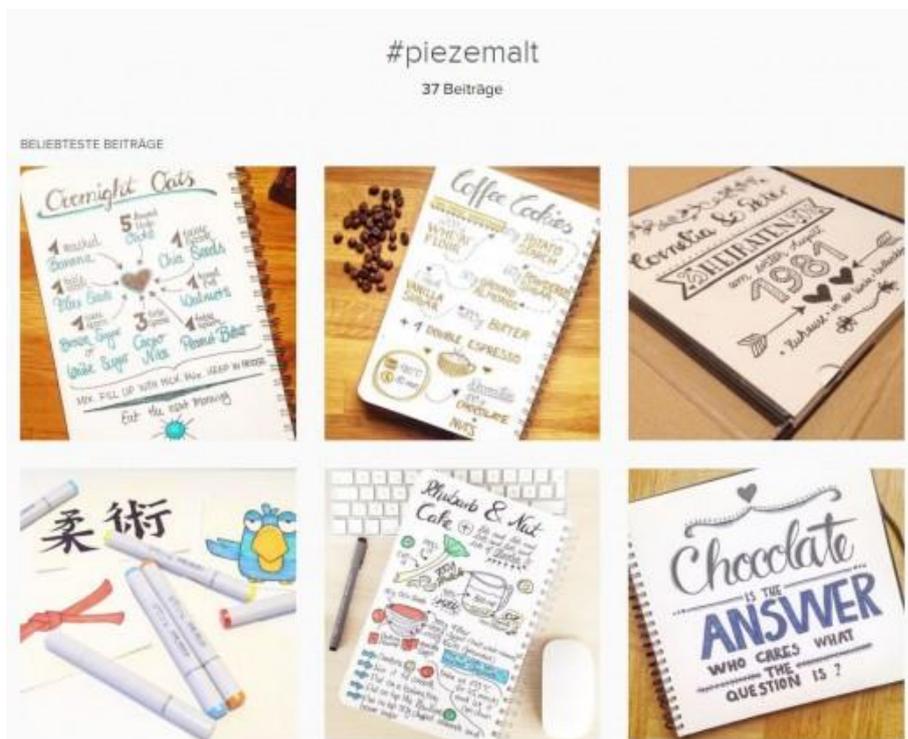
Wichtig ist außerdem die Qualität der Hashtags: Suche vorab, welche Hashtags am häufigsten verwendet werden. Persönliche Hashtags wie

- „getestetundfürgutbefunden“ oder
- „heuteistallesblöd“

unterhalten zwar die Follower, dir muss aber bewusst sein, dass dich niemand darüber finden wird. Es gibt allerdings auch Accounts, die von genau dieser „Macke“ leben und deren Follower überhaupt nur dort sind, um die lustigen und kreativen Hashtags zu lesen. Postest du Bilder zu verschiedenen Themen, kannst du **Hashtags nutzen um persönliche Galerien zu erstellen**. Dabei muss der Hashtag natürlich so einzigartig wie möglich sein. Ich vergebe beispielsweise den Hashtag

- [#piezekocht](#) oder
- [#piezebackt](#),

wenn ich Bilder von leckerem selbstgemachten Essen poste oder den Hashtag [#piezemalt](#), wenn ich Zeichnungen, Sketchnotes oder Sketchnote-Rezepte poste. **Teste deshalb vorher die Einzigartigkeit deines Hashtags**, sonst tauchen Bilder in deiner Galerie auf, die gar nicht von dir sind.



Eine eigene Bildergalerie erstellen? Ganz einfach möglich durch einzigartige Hashtags.

6. Verknüpfung mit anderen sozialen Netzwerken: sinnvoll oder nicht?

Wenn dein Bild fertig bearbeitet ist zur Veröffentlichung, kannst du es gleichzeitig auf anderen Sozialen Netzwerken posten. Äußerst praktisch, wenn der Post Sinn macht. Wenn du deine Follower mit „**Liebe Instas**“ ansprichst oder dein **Post länger als 140 Zeichen** ist, hat er auf Twitter eigentlich nichts verloren. Wenn du Hashtags benutzt, macht ein gleichzeitiges Veröffentlichen auf Facebook auch wenig Sinn. Deshalb, immer kurz nachdenken, bevor man ein Bild auf allen Kanälen wahllos teilt. Zudem nimmst du so den Followern den Anreiz dir auch auf Facebook, Twitter oder Tumblr zu folgen. Wer möchte schon auf allen Kanälen von den selben Bildern „verfolgt werden“?

7. Frequenz & Zeitpunkt

Beides hängt stark von deinen Followern ab.

Ein Post im Monat ist definitiv zu wenig. 10 Posts am Tag sind definitiv zu viel.

Zu Beginn sind 1-2 Posts am Tag zu empfehlen, meist zur selben Uhrzeit. **Recherchiere wann deine Follower auf Instagram online sind**. Wenn du ein gemischtes Publikum aus USA und Deutschland hast, musst du das natürlich beachten und einen Kompromiss finden. Da die Bilder chronologisch nach Veröffentlichungszeitpunkt angezeigt werden, gehen Posts höchstwahrscheinlich unter, wenn es in den USA gerade Schlafenszeit ist.

Finde heraus, wann es sich lohnt Bilder zu posten!

Wenn man stets zur selben Zeit postet (z.B. immer morgens) gewöhnen sich deine Follower daran und warten manchmal schon auf das nächste Bild. In meinem Fall erhalte ich die meiste Resonanz auf Posts am Morgen und am Abend. Tagsüber ist jeder in der Arbeit und deshalb nicht auf Instagram. Besteht deine Zielgruppe aber z.B. aus Selbständigen oder Müttern, sind diese auch oft tagsüber auf Instagram unterwegs. **Es gibt also kein Universal-Rezept.**

8. Kommentieren, Liken, Antworten und Folgen: Was lohnt sich?

Es lohnt sich eigentlich alles – einiges jedoch mehr und einiges weniger. **Likes werden kaum wahrgenommen von Profilen jenseits der 1000 Follower.** Verschwende also nicht die Zeit damit, Bilder zu liken und auf Resonanz zu hoffen. Willst du als Blogger Geld mit deiner Reichweite verdienen oder als Unternehmen ein breites Publikum erreichen, so zählen am Ende des Tages nur deine Follower (und geschickt gewählte Hashtags).

Durch Kommentare in Erinnerung bleiben? So klappt es:

Kommentieren hingegen lohnt sich meistens. Suche dir dazu Profile mit 500-2000 Followern und kommentiere unter deren Bildern. Wenn die Kommentare

- nett,
- persönlich und
- interessiert sind,

entwickelt sich schnell ein Gespräch oder die andere Person schaut sich zumindest dein Profil an. Wenn das dann optisch überzeugt, hast du recht schnell einen neuen Follower. Außerdem solltest du auf Kommentare antworten, am besten auf jeden einzelnen (solange dies möglich ist).

Toll sind auch Diskussionen auf anderen Profilen:

- Diskutiere mit,
- markiere andere Personen und
- antworte so diesen.

So macht man auf natürliche Art Freunde und Freunde werden oft zu Followern. Zudem kannst du selbst interessanten Personen folgen. Like dort einige Bilder, die dir wirklich gefallen und lasse einen Kommentar da. So fällt man mehr auf und das Gegenüber erkennt, dass man sich ernsthaft für das Profil interessiert und es **nicht nur liked, weil man hofft der andere „liked zurück“.**

Übrigens: Du musst nicht jedem folgen, der dir folgt!

Ich folge nur Profilen, die mich voll überzeugen und säubere meine Liste auch immer wieder. Wenn jemand nichts mehr postet oder die Bilder deutlich schlechter werden und ich keine tiefere Bindung zu diesem Follower habe, fliegt er/sie auch wieder aus meiner Liste. Das mag gemein klingen, aber nur so kann ich sicher stellen, dass ich den anderen noch folgen kann und die meisten Bilder sehe und darauf kommentieren oder

reagieren kann. Würde ich jedem folgen, der mir folgt, hätte ich wohl eine sehr unschöne Timeline und am Ende soll Instagram auch Spaß machen. **Schließlich wollen wir ja eines nicht: Instagram nur als weiteren Werbekanal sehen.** Das merken User sehr schnell. Die Devise heißt also:

Engagiert euch, seid aktiv, nehmt am Insta-Leben teil!

9. Thema Bilderklau: Watermark – ja oder nein?

Immer wieder gibt es Vorfälle von geklauten Bildern. Ganze Accounts bestehen zum Teil nur aus fremden Bildern, die einfach ungefragt genutzt werden, meist ohne den Urheber zu informieren oder den Urheber auszuweisen. Damit dir das nicht passiert, solltest du einige Dinge beachten. Schreibe auf deine Profilseite, dass alle Bilder deine eigenen sind und das Copyright bei dir liegt. **Ein Verweis auf das Impressum deiner Seite ist auch immer gut.** Wenn du anderen die Möglichkeit geben möchtest, deine Bilder zu teilen, schreibe in dein Profil

„Please give credit with @username,,

So bekommst du mit, wenn jemand ein Bild von dir postet, denn du wurdest ja markiert. Wenn dir das alles zu sehr „auf Vertrauen“ beruht, kannst du auch deine **Bilder mit einer Watermark kennzeichnen** und deinen Usernamen in das Bild schreiben (hierfür gibt es kostenlose Apps). Allerdings sollte man dann im Hinterkopf behalten, dass das oft schöne Bilder verschandelt und **man wirkt auch eher wie ein „offizieller“ oder „kommerzieller“ Instagrammer.** Und ganz ehrlich, das ist das, was niemand will – auch Firmen nicht. Instagram lebt gerade von der Persönlichkeit und Privatheit der Bilder. **Teilweise haben Blogger deutlich mehr Follower als große Brands** – das kommt nicht von ungefähr.

10. Shoutouts: Schrei es raus!

Eine tolle Sache sind Shoutouts. Hier werden Profile den eigenen Followern vorgestellt. Interessant wird das Ganze bei einem **#sfs (Shoutout for Shoutout)**. Bist du der Veranstalter, rufst du zum SFS auf. Wer jetzt möchte, kann mitmachen indem er ein Bild von dir bei sich im Profil postet, dich markiert und dazu aufruft bei dir vorbeizuschauen. Nach 1-2 Tagen stellst du dann alle Profile vor, die mitgemacht haben.

Profile entdecken und neue Follower gewinnen, leicht gemacht!

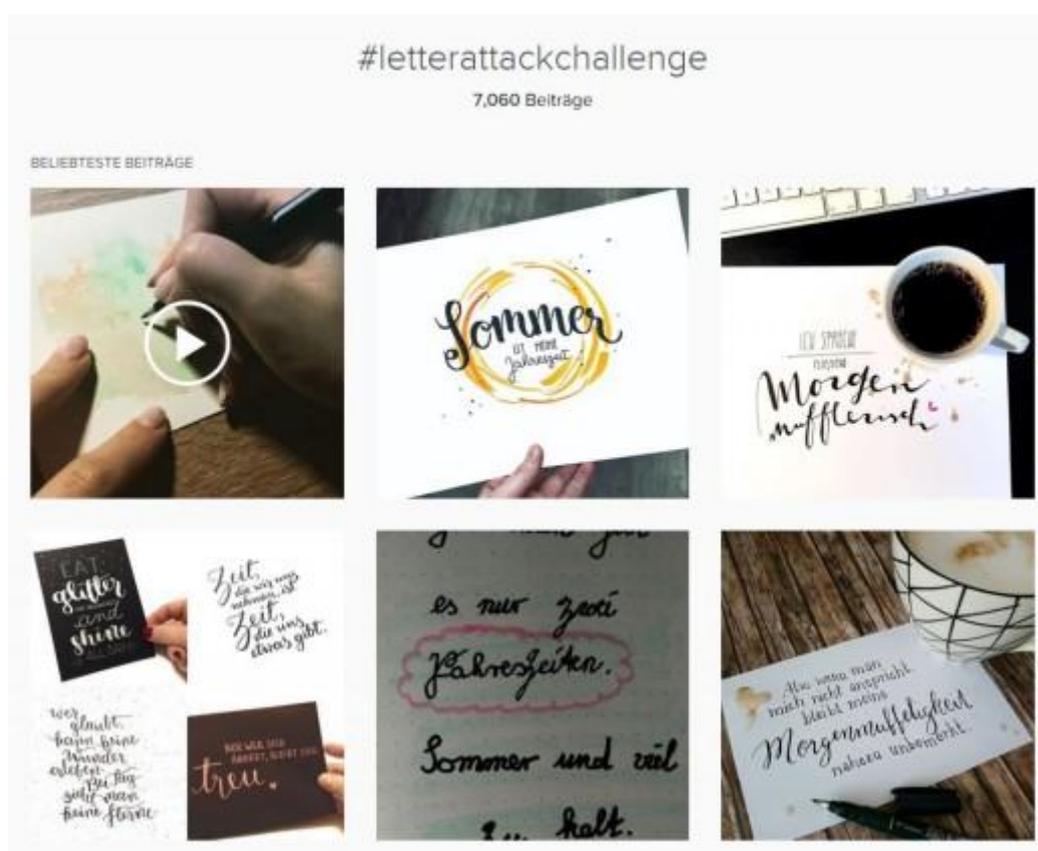
Du kannst sie hierbei natürlich in thematische Gruppen zusammenfassen und beispielsweise 5 gleichzeitig vorstellen, so musst du nicht allzu viele Posts machen. Für den Anfang kannst du auch erstmal als Teilnehmer dein Glück versuchen. Man lernt garantiert tolle, neue Profile kennen und wenn dein eigenes Profil überzeugt, gewinnst du selbst sicherlich auch viele neue Follower. Hat der Account eine gewisse Größe erreicht, ist man eher nur noch Veranstalter. Hier sollte man darauf achten, dass man den Aktionszeitraum stark begrenzt, ansonsten ist man gezwungen Unmengen an Accounts vorzustellen.

11. Challenges: Trau dich!

Auch hier kannst du selbst eine Challenge veranstalten oder an einer teilnehmen. In beiden Fällen wirst du dadurch einige neue Follower generieren.

Als Beispiel: Teilnahme an einer Sketchnote-Challenge

Ich habe an einer Sketchnote-Challenge teilgenommen. Man sollte jeden Tag ein kleines Bild zu einem bestimmten Begriff zeichnen und dann das Bild posten. Natürlich gibt es für jede Challenge auch einen Hashtag und man markiert den Veranstalter mit @XY. Schaut man sich alle Bilder unter dem Challenge-Hashtag an, findet man schnell Gleichgesinnte und man wird auch recht einfach gefunden. Der Veranstalter gewinnt ebenfalls an Bekanntheit, da er ja von vielen markiert wird. Alles in allem eine wirklich schöne Sache.



Vernetze dich mit der Community und nimm an Challenges teil oder initiiere einfach deine eigene Challenge!

12. #widn: Der Kettenbrief unter den Hashtags

Hinter dieser Buchstabenkombination versteckt sich eine Art Hashtag-Kettenbrief. Er beginnt damit, dass ein User einen anderen User fragt, was er denn gerade macht. Der Befragte postet dann ein Bild, markiert den Fragenden und verwendet den Hashtag #widn. Hier ein Beispiel, der Text ist meist derselbe oder sie ähneln sich sehr stark:

„Die liebe @XY hat mich gefragt #widn. Danke, dass du an mich gedacht hast! Ich mache gerade XY und freue mich dann auf XY. Was machen denn gerade @YZ, @AB, @CD?“

Schon geht's los. Und was heißt denn jetzt eigentlich dieses #widn? Ganz einfach: **what I do now** – also „Was mache ich gerade“. Durch die markierten Personen bewirbt man deren Profile und wird selbst bei den anderen erwähnt, die man selbst gefragt hat. Einfach ausprobieren. Für persönliche Profile sicher besser geeignet als für Brands.

13. Werbung schalten

Seit April 2015 gibt es in Deutschland auch Anzeigen auf Instagram. Firmen dürfte diese Möglichkeit freuen, die reinen Bild-Konsumenten eher weniger. Diese hinterlassen derzeit noch unter vielen Anzeigen entsprechend negative Kommentare – so sind sie schließlich jetzt lang genug an ein werbefreies Umfeld gewöhnt gewesen.

Carousel Ads: Bilderreihen als Werbeformat

Seit Juni 2015 können Werbetreibende auch sogenannte Carousel Ads nutzen. Bei diesem Werbeformat werden mehrere Bilder in horizontaler Richtung zu einer Anzeige zusammengefasst. Der User kann sich also durch eine Bilderreihe klicken und gewinnt so einen besseren Eindruck. Trotzdem, Werbung schalten lohnt sich! Die Nutzer sind

- aufnahmebereiter,
- positiver und
- reaktionsfreudiger

als auf Facebook & Co. Und die Konkurrenz ist derzeit noch gering. In jedem Fall ist es eine durchaus **gute Möglichkeit zur Reichweitensteigerung und Imagewerbung**. Zur Trafficgenerierung ist diese Werbeform weniger geeignet.

Quelle: www.unternehmer.de/ Patricia Schwarm