

SOCIAL MEDIA GUIDE

FACEBOOK & INSTAGRAM



Social Media

Inhalt

Grundlagen	01
.....	
Nützliche Tools	02
.....	
Facebook	03
.....	
Instagram	04



Was ist Social Media?

Soziale Netzwerke sind eines der wichtigsten Marketing-Instrumente der Gegenwart. Die digitalen Kommunikationskanäle dienen der Vernetzung von Nutzern und ermöglichen einen kostenlosen Austausch. So können Privatpersonen und Unternehmen über Social-Media-Kanäle miteinander kommunizieren, Inhalte erstellen oder teilen. Rund 81 Prozent der Bevölkerung in Deutschland (ab 14 Jahren) sind auf Social Media vertreten. Dabei ist Instagram mit 35 Prozent täglicher Nutzung die Social-Media-Plattform Nummer 1 in Deutschland, dicht gefolgt von Facebook mit 33 Prozent. (Quelle: Online-Studie 2023 von ARD/ZDF). Gemäß der ARD/ZDF-Onlinestudie 2023 ist Instagram das am häufigsten genutzte soziale Netzwerk unter den 14- bis 29-Jährigen in Deutschland. Laut der Umfrage verwenden 79 Prozent dieser Altersgruppe die zu Meta gehörende App mindestens einmal pro Woche. Facebook hingegen wird in derselben Altersgruppe wöchentlich von 34 Prozent der Befragten genutzt. Bei den 30- bis 49-Jährigen erreicht Facebook einen wöchentlichen Nutzeranteil von 50 Prozent.

Zum Einstieg in die sozialen Medien müssen Sie für Ihr Unternehmen lediglich ein Profil anlegen und dieses mit aussagekräftigen Inhalten füllen. Wenn Sie sich dann nach und nach mit potenziellen Kund:innen, Azubis und Fachkräften vernetzen, können Sie künftig auf viele Arten von Ihren Social-Media-Kanälen profitieren. Dabei ist es wichtig, dass Sie Ihre Social-Media-Auftritte für Ihre Zielgruppen interessant halten – zum Beispiel mit immer neuen Informationen, Angeboten, Fotos oder Videos.



Warum Social Media

Social Media haben sich in den letzten Jahren weltweit zu einer bedeutenden Informationsquelle entwickelt: Rund 70 Prozent aller potenziellen Kunden von kleinen und mittleren Unternehmen informieren sich in sozialen Medien über Firmen, Produkte und Dienstleistungen (Quelle: Befragung des Marktforschungsunternehmens INNOFACT im Auftrag von Gelbe Seiten 2022).

Damit auch Ihr Unternehmen in den sozialen Netzwerken gefunden wird, müssen Sie nur etwas Zeit investieren – denn Ihre digitale Selbstdarstellung sollte gut durchdacht sein. Als Unternehmen können Sie mit Social Media verschiedene Ziele erreichen:

1.) Mehr Kunden und Umsatz erzielen

Über soziale Medien machen Sie Kund:innen auf Ihre Homepage, Produkte, Dienstleistungen oder Ladenlokale aufmerksam. So steigern Sie ganz einfach Ihren Bekanntheitsgrad. Dabei eignen sich Social Media übrigens auch für Unternehmen, die keinen Internetauftritt besitzen: Denn über Google werden Sie in den sozialen Medien jederzeit gefunden. Mit der Gewinnung von Followern, die Ihr Profil abonnieren, erhöhen Sie künftig Ihre Kundenzahlen und Umsätze – denn nicht selten werden aus zufälligen Leser:innen mit der Zeit begeisterte Stammkund:innen.

2.) Unternehmensimage und Service verbessern

Ein zentrales Ziel vieler Social-Media-Strategien ist die Markenbildung und Image-Optimierung. Dabei sollten Sie am besten immer authentisch bleiben: Die sozialen Medien sind der perfekte Ort, um Persönlichkeit zu zeigen. Dies wirkt sich nicht nur positiv auf Ihr Image aus, sondern erleichtert Ihnen auch die Mitarbeitergewinnung. Gleichzeitig können Sie mit sozialen Netzwerken Ihren Kundenservice verbessern: Schon heute vergeben Firmen zum Beispiel Termine



über Facebook und beantworten Kundenfragen in den sozialen Medien. Darüber hinaus sind Social Media eine Art Innovationstool: Denn Sie können kostenlos am Wissen Ihrer eigenen Kunden teilhaben, mit diesen interagieren, Prozesse optimieren oder eigene Produkte und Marken verbessern.

3.) Azubis und Fachkräfte gewinnen

In Zeiten des Fachkräftemangels sind Social Media unerlässlich, um Auszubildende und neue Mitarbeiter zu finden. Denn junge Menschen sind in sozialen Netzwerken sehr aktiv – und prüfen vor einer Bewerbung oft die digitale Selbstdarstellung der Unternehmen. Wenn Sie die sozialen Medien gezielt nutzen, um Ihre Arbeitgebermarke zu stärken, können Sie ein höheres Interesse für Ihre Ausbildungsplätze und Stellenangebote erreichen. Zeigen Sie einfach in Wort und Bild, was Ihr Unternehmen zu einem guten Arbeitgeber macht!

BEGRIFFE DIE SIE KENNEN SOLLTEN:

Account = Nutzerkonto

Content = Inhalte, z. B. Bilder, Videos oder Textbeiträge

Feed = Liste mit neuen Inhalten

Post/Posting = Beitrag

Reel = Kurzvideoformat (max. 15 Sekunden)

Hashtag = Worte mit vorangestelltem „#“-Zeichen, funktionieren wie Schlüsselwörter



Profil Anlegen

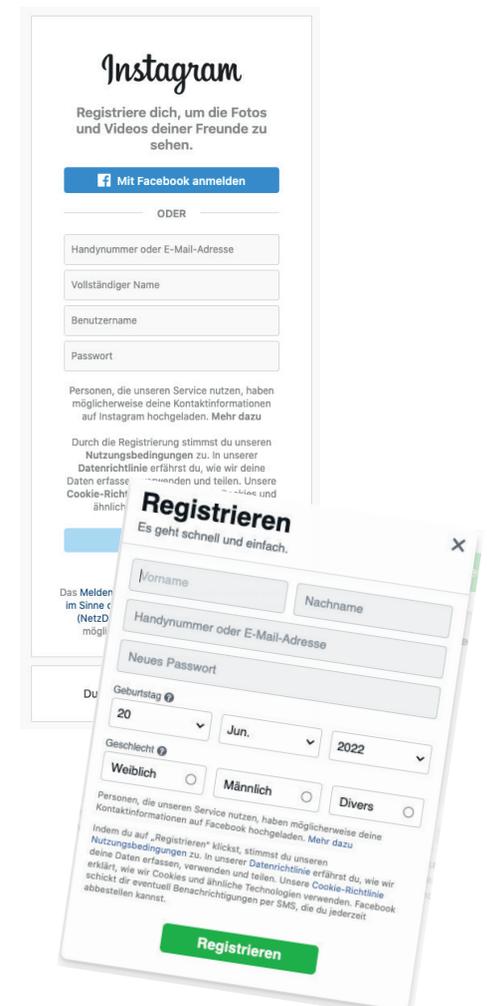
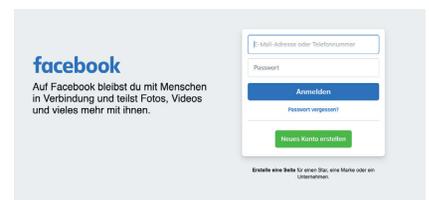
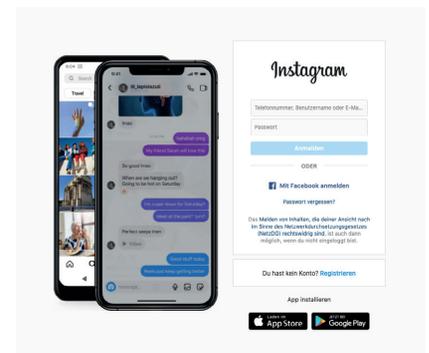
Der erste Schritt muss getan werden, um auf Social Media sichtbar zu sein: Sie legen einen kostenlosen Account in den sozialen Netzwerken Facebook und Instagram an. Somit ist die Basis für die Auffindbarkeit geschaffen. Das Logo als Profilbild und eine kurze Beschreibung Ihres Unternehmens füllen den Account mit den wichtigsten Informationen.

ZIELE

- Erhöhung der Sichtbarkeit im Netz
- Zielgruppe mit relevanten Informationen begeistern / Anreize zum Kauf schaffen
- Mehr Verkäufe generieren

Was interessiert Ihre Zielgruppe?

Wenn Sie bereits einen Social-Media-Account besitzen, haben Sie schon den ersten Schritt getan. Nun geht es darum, regelmäßigen und spannenden Content für die Zielgruppen auszuspielen. Überlegen Sie zunächst, wen Sie erreichen wollen. Unternehmen in Ihrer Region? Bestandskund:innen, die sich länger nicht mehr gemeldet haben? Oder überregionale private Neukund:innen? Dann ist es wichtig zu überlegen, was diese Zielgruppe interessiert. Sind es aktuelle Angebote? Sind es ggf. Tipps? Sind es Inspirationen? Darüber sollten Sie sich vorab Gedanken machen und dementsprechende Beiträge vorbereiten. Wichtig: Es müssen keine hochprofessionellen Bilder sein. Es können auch Bilder aus dem Alltag oder mit der Handykamera geschossene sein! Für Auszubildende und Fachkräfte sollten Sie die Faszination des eigenen Berufs vermitteln. Dazu eignen sich zum Beispiel spannende Einblicke in Ihren Job-Alltag, besondere Referenzprojekte oder ein Azubi-Tagebuch, das Sie gemeinsam mit Ihren Auszubildenden realisieren.



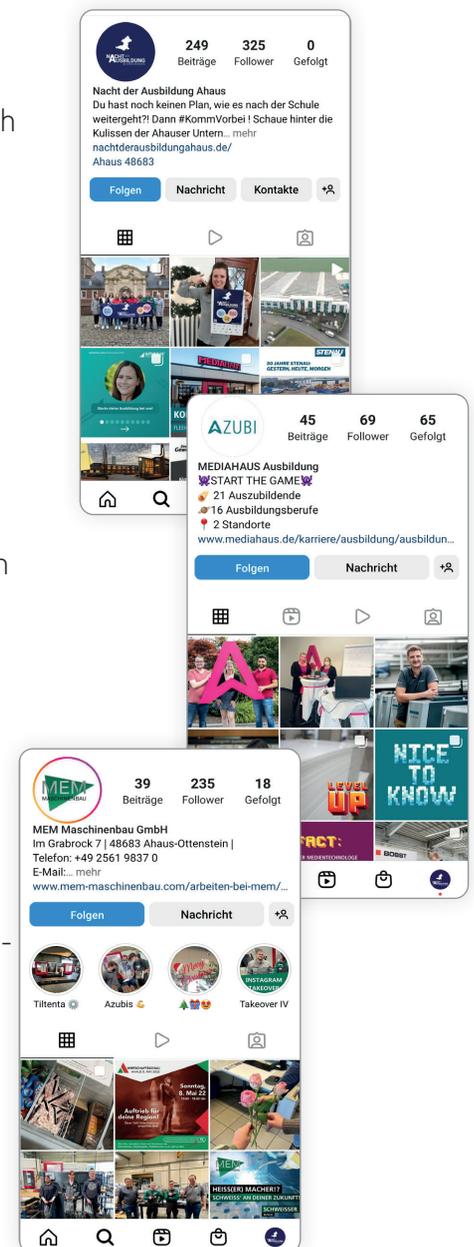
So kreieren Sie spannende Inhalte

Es ist wichtig, dass Sie Beiträge streuen, die Ihre Zielgruppe wirklich interessieren. Versetzen Sie sich in Ihre Zielgruppe und überlegen Sie, was sie interessieren könnte. Ideen, die grundsätzlich immer gut ankommen:

- Gute Social-Media-Tage, die immer funktionieren!
- Aktuelle Angebote zeigen
- Blick hinter die Kulissen geben (Wer steckt hinter Ihrem Team?)
- Tipps geben, um Ihr Knowhow zu zeigen (branchenspezifisch)
- Aktuelle Informationen (z. B. verlängerte Öffnungszeiten) mitteilen
- Gewinnspiele organisieren für mehr Reichweite (z. B. Gewinn eines Einkaufsgutscheins). Wichtig hierbei ist, dass die Teilnahmebedingungen mit dem Teilen von Beiträgen zu tun haben und immer mit dem späteren Kauf vor Ort verbunden sind.
- Online-Beratung (Erklärvideos zu bestimmten Produkten)
- Social-Media-Tage einbeziehen
- Über die Herstellung oder Beschaffung informieren (Thema Nachhaltigkeit)
- Service zeigen (Was tun Sie noch, außer zu beraten? Reparaturen etc.)



Social-Media-Kalender
„Kuriose Feiertage“
webtimum-online.de/kuriose-feiertage/



Grundsatzregel

80 %

Informierender Content

20 %

Belangloser Content

Diese Formate sind bei Facebook und Instagram möglich

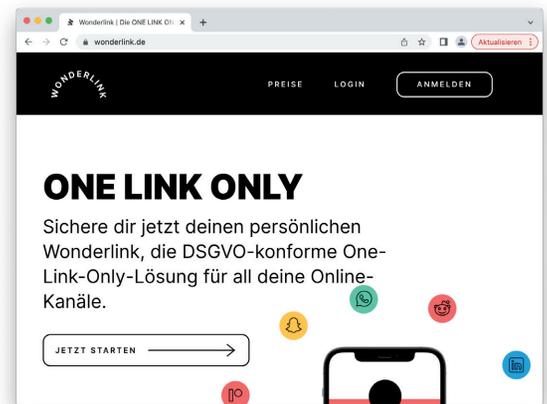
FEATURE	WOFÜR INTERESSANT?	WAS IST ZU BEACHTEN?
Bild im Feed	Ein Bild erscheint in Ihrer Timeline und ist jederzeit für den User erreichbar. Bei Facebook und Instagram wird gesagt, dass zwei bis drei Postings die Woche als regelmäßig erkannt werden. Es ist sogar möglich, mehrere Bilder als ein Posting hochzuladen.	Hier sollte man im Bild auf wenig Text und aussagekräftige Headlines achten. Denn ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Wir empfehlen ein quadratisches Format, damit kein wichtiger Inhalt verdeckt wird.
Video im Feed	Ein Video macht Sinn, wenn Sie mehr zeigen oder aussagen möchten. Denn hier können mehrere Informationen verpackt werden.	Das Video sollte nicht zu lang sein. Auch hier empfiehlt sich ein quadratisches Format.
Story	Eine Story ist eine hochformatige Frequenz, die nur 24 Stunden für den User erreichbar ist. Dies kann sowohl ein Video als auch ein Bild sein. Hier können witzige Emojis oder sogar Tools für Fragerunden oder ein Countdown eingebunden werden. Dies führt zur Interaktion!	Wenn Sie eine Story als Video hochladen, sollte diese nicht zu lang sein, da die Story in einzelne Frequenzen aufgeteilt ist. Oft haben die User keine Möglichkeit, die Story mit Ton zu hören – daher empfiehlt es sich, wenn gesprochen wird, Untertitel einzublenden.
Highlights auf Instagram	Bei Instagram kann man sogenannte „Highlights“ anlegen. Dies sind Storys, die in verschiedenen Themenbereichen abgespeichert werden und dann jederzeit von den Usern angesehen werden können. Zudem kann man für jedes „Highlight“ ein kleines Vorschaubild einbinden, damit die Gruppierung noch deutlicher wird.	Geben Sie jeder Thematik, die für Ihre Follower interessant sein könnte, ein eigenes Story-Highlight. Wichtig ist ein knackiger Titel, der das Thema direkt erkennbar macht, und im besten Fall ein ansprechendes Vorschaubild.
Reels auf Instagram	Reels werden im Unterschied zu normalen Videos nicht im quadratischen Format hochgeladen, sondern im Querformat. Sie werden meist im Vorfeld zusammengeschnitten. Mit schnellen Übergängen und einer interessanten Musik erreichen diese Beiträge in der Regel mehr Reichweite als ein Bild.	Wenn Sie ein Reel im Vorfeld gestalten, dann gibt es viele Dinge, die beachtet werden sollten. Reels haben in der Regel maximal 30 Sekunden und daher darf das Aufgenommene nicht zu lang sein. Mit spannenden Effekten und Übergängen wird das Reel direkt interessanter!
„Live“ auf Facebook und Instagram	Es gibt eine Funktion, die Aufnahmen direkt live überträgt. Das heißt, Sie starten ein Video und diese Sequenz wird live an Ihre Follower übertragen. Dies eignet sich z. B. bei Events besonders gut, wenn Sie einen „direkten“ Einblick geben möchten oder ein Produkt vorstellen möchten.	Falls Sie sich unsicher sind, kann es helfen, sich vorab einen kurzen Leitfaden zu erstellen, worüber Sie sprechen möchten. Eine Halterung für das Handy kann ebenfalls helfen, damit Ihr Video nicht verwackelt. Durchaus macht es Sinn, Ihren Live-Auftritt vorab anzukündigen, damit möglichst viele Follower teilnehmen!

Wonderlink für die Instagram-Beschreibung

Bei Instagram ist es leider nicht möglich, einen Link unter den Beitrag zu setzen. Auch in der Beschreibung des Profils ist nur ein einziger Link möglich – doch manchmal möchte man auf mehrere Links verweisen. Dafür gibt es ein Tool namens „Wonderlink“. Dort ist es möglich, einen Link zu erstellen und diesen in der Profilbeschreibung zu verwenden. In dem Link selbst kann man eine Liste mit verschiedenen Links hinterlegen!



Social-Media-Tool
„Wonderlink“
<https://www.wonderlink.de/>

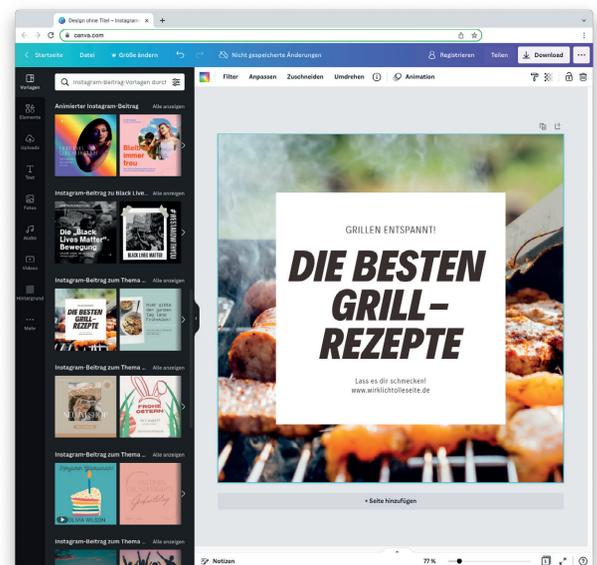


Ohne Grafikdesignkenntnisse schöne Postings erstellen – mit Canva

Oft ist es nicht einfach, ein einheitliches Look-and-Feel auf den sozialen Kanälen zu schaffen. Mit dem Tool Canva ist es ohne Vorkenntnisse ganz einfach, schöne Grafiken in Ihren Logofarben zu erstellen – dort gibt es etliche Vorlagen, die Sie personalisieren können.

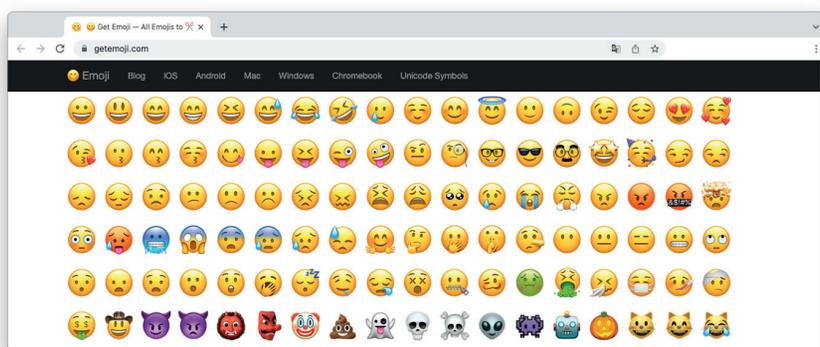


Design-Website „Canva“
<https://www.canva.com/>



Passende Bildunterschriften formulieren

Wer kennt es nicht? Beim Lesen langer Texte in sozialen Medien schaltet man schnell ab. Und genauso ist es auch bei Ihrer Zielgruppe. Pauschal kann gesagt werden, dass nicht mehr als sechs Zeilen geschrieben werden sollten. Emojis sind in den sozialen Kanälen unerlässlich und insbesondere bei Facebook und Instagram sehr beliebt. Wenn Sie Ihre Beiträge am Computer planen, können Sie hier Ihre Emojis erhalten:



Emoji-Bibliothek“
<https://getemoji.com/>

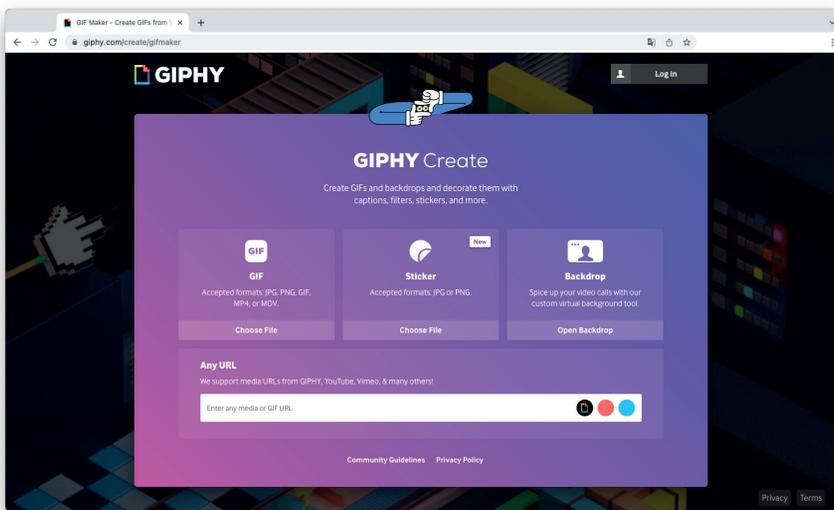
Und was darf bei einer guten Bildbeschreibung nicht fehlen? Hashtags. Wichtig ist: Nutzen Sie nicht zu viele Hashtags. Eine Grundregel ist: Drei bis fünf Hashtags je Beitrag genügen. Mit dem unten genannten Tool können Sie kostenlos eine bestimmte Anzahl von Themenwörtern suchen und Ihnen werden die beliebtesten Hashtags angezeigt. Eine gute Balance ist wichtig: Denn Ihr Beitrag sollte bei dem Hashtag unter vielen tausend Beiträgen nicht untergehen! Verwenden Sie jedoch Hashtags, die keiner sucht, werden Sie ebenfalls nicht gefunden.



Instagram Hashtag Generator
<https://app.sistrich.com/de/instagram-hashtags>

Animationen nutzen

Es ist klar: Soziale Medien sind Unterhaltungsplattformen. Und kurzlebige Videos in Form von Animationen oder sogenannte GIFs werden immer beliebter. Mit diesem Tool wird es Ihnen ermöglicht, diese selbst zu erstellen:



„Giphy“
<https://giphy.com/>

Filme erstellen

Auf dem Markt gibt es einige Tools und Apps, mit denen Sie Ihren Content interessanter gestalten können. Die App Filmm hilft Ihnen dabei, Videos zu bearbeiten, indem Sie Musik oder Texte einbinden können.



App „Filmm“
Link zum Apple App Store
<https://apps.apple.com/de/app/id1454542238>

Durchstarten mit Facebook

Als weltweit größte Social-Media-Plattform kommt Facebook eine besondere Bedeutung zu: Hier sind über 44 Millionen Deutsche monatlich aktiv, die Sie als Unternehmen kostenlos erreichen können. Der Altersschnitt liegt etwas höher als bei anderen sozialen Medien: Von den 30- bis 49-Jährigen sind rund 50 Prozent bei Facebook aktiv, dahinter folgen die 14- bis 29-Jährigen mit 34 Prozent. Die drittstärkste Gruppe sind die 50- bis 69-Jährigen mit 28 Prozent (Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2023).

Bei Facebook sind sowohl Privatpersonen als auch sehr viele Unternehmen zu finden. Dies liegt auch daran, dass die Plattform intensiv zu Kommunikationszwecken genutzt wird. Sehr beliebt ist zum Beispiel der Facebook Messenger: Über dieses kostenlose Kommunikationstool kann Ihr Unternehmen ganz einfach mit Kund:innen in Verbindung bleiben. Auch interessierte Azubis und Fachkräfte nutzen diesen Weg gern, um den ersten Kontakt mit Ihrem Unternehmen herzustellen.



So machen Sie Ihr Facebook-Profil erfolgreich

Facebook bietet Ihnen eine Vielzahl von Möglichkeiten, um Ihre Online-Marketing-Strategie zu optimieren. So können Sie die verschiedensten Inhalte veröffentlichen, wie Bilder, Videos, Hinweise zu Veranstaltungen sowie Verlinkungen zu Blogartikeln oder Shopping-Aktionen. Durch eine regelmäßige Präsenz und viele Interaktionen stärken Sie so die Kundenbindung und machen außerdem Fachkräfte auf Ihr Unternehmen aufmerksam.



Darüber hinaus können Sie mit Ihrem Facebook-Profil das Suchmaschinenranking Ihrer Homepage verbessern – denn Google zieht anhand der Reaktionen in sozialen Netzwerken Rückschlüsse auf die Relevanz Ihrer Webseiten-Inhalte. Außerdem haben Sie bei Facebook auch Ihre Mitbewerber immer im Blick und können deren Aktivitäten und Erfolge analysieren.

Für Unternehmen besonders interessant ist die Möglichkeit, Werbeanzeigen (sogenannte Ads) fast ohne Streuverluste zu schalten. Denn Facebook sammelt sehr viele Daten und kennt seine Nutzer:innen so genau, dass Sie die besonderen Merkmale Ihrer Zielgruppen exakt eingrenzen können – zum Beispiel nach Alter, Wohnort, Bildungsstand oder Interessen.

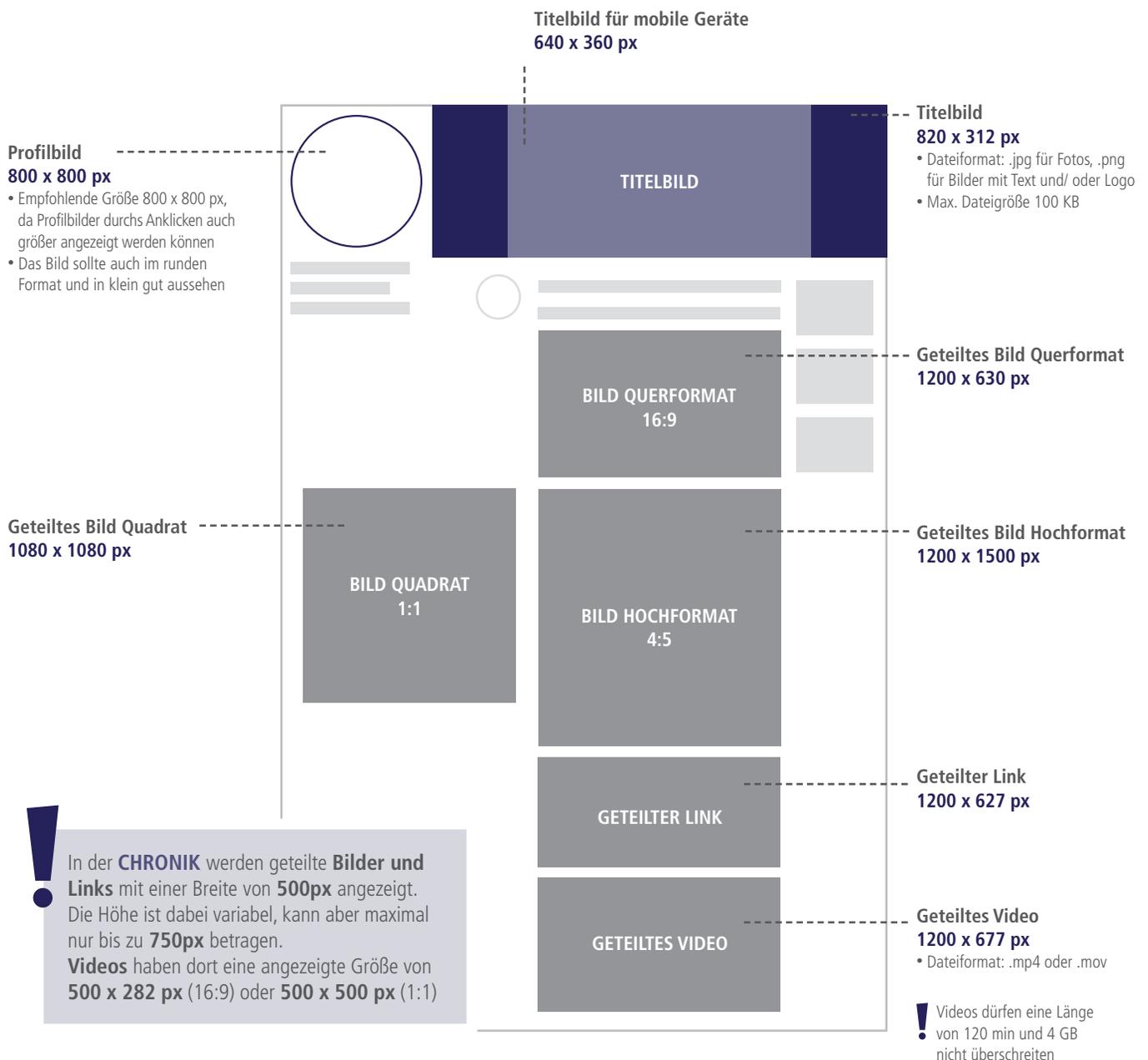
Profi-Tipps für Ihren Einstieg bei Facebook

- Nutzen Sie ein aussagekräftiges Profilbild (z.B. Ihr Logo) sowie eine Titelgrafik.
- Treten Sie Facebook-Gruppen bei, um mehr Reichweite zu erzielen. Davon profitieren Sie zum Beispiel besonders beim Teilen von Stellenanzeigen.
- Verwenden Sie Hashtags und Kommentare, um mit Kund:innen, Fachkräften und anderen Unternehmen zu kommunizieren.
- Halten Sie Ihre Interaktionsrate hoch, um maximales Interesse und neue Follower zu generieren – zum Beispiel durch das Kommentieren und Teilen von Beiträgen.



Die Möglichkeiten

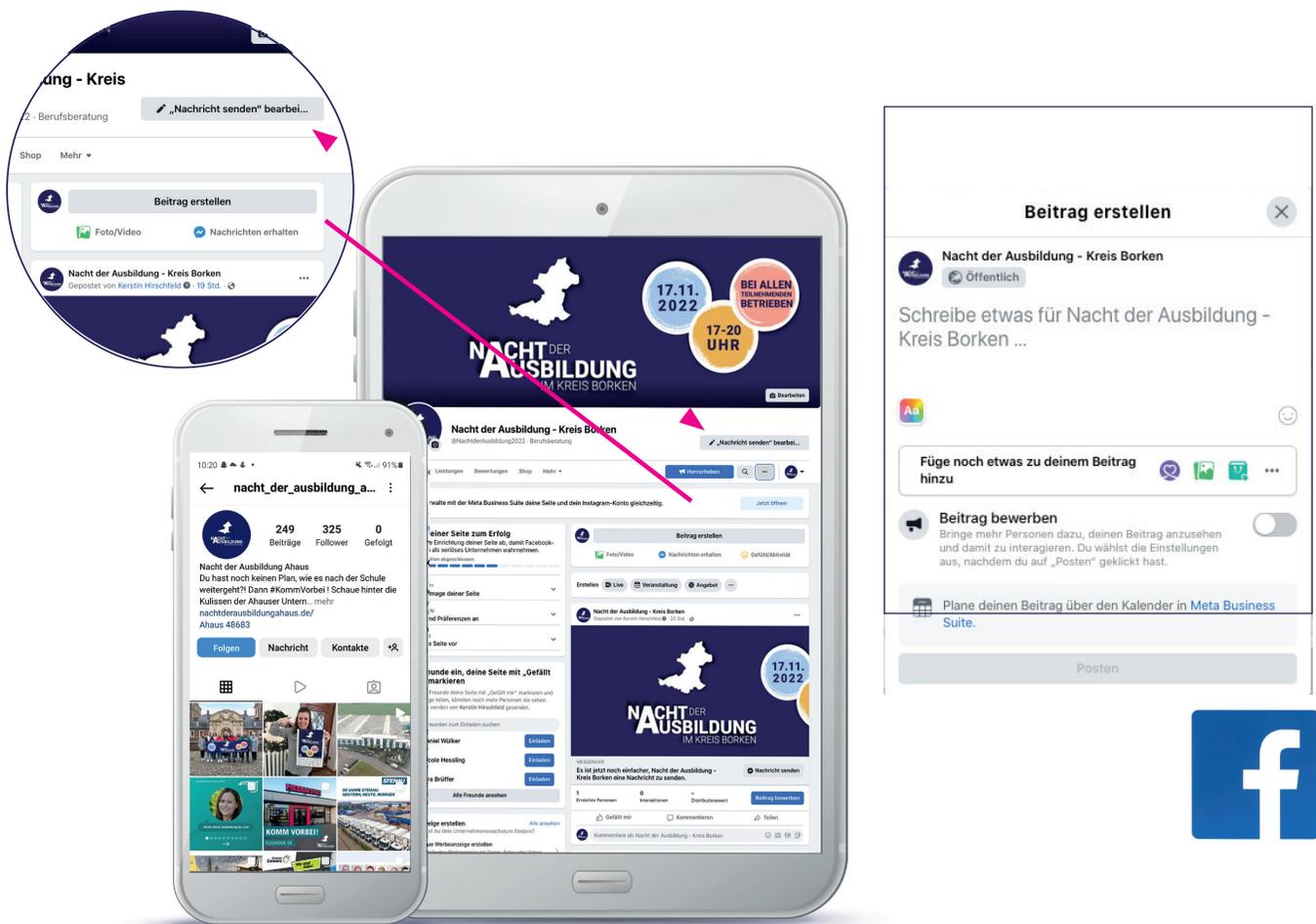
- Neben dem Posten von Bild- und Videoinhalten auf dem Profil („Feed“) lassen sich Inhalte auch mit einer Sichtbarkeitszeit von 24 Stunden in die „Story“ laden. Die Anzeigedauer nach dem Öffnen einer Story dauert hierbei max. 15 Sek.



▶ So veröffentlichen Sie einen Beitrag bei Facebook

... am Computer/ in der App

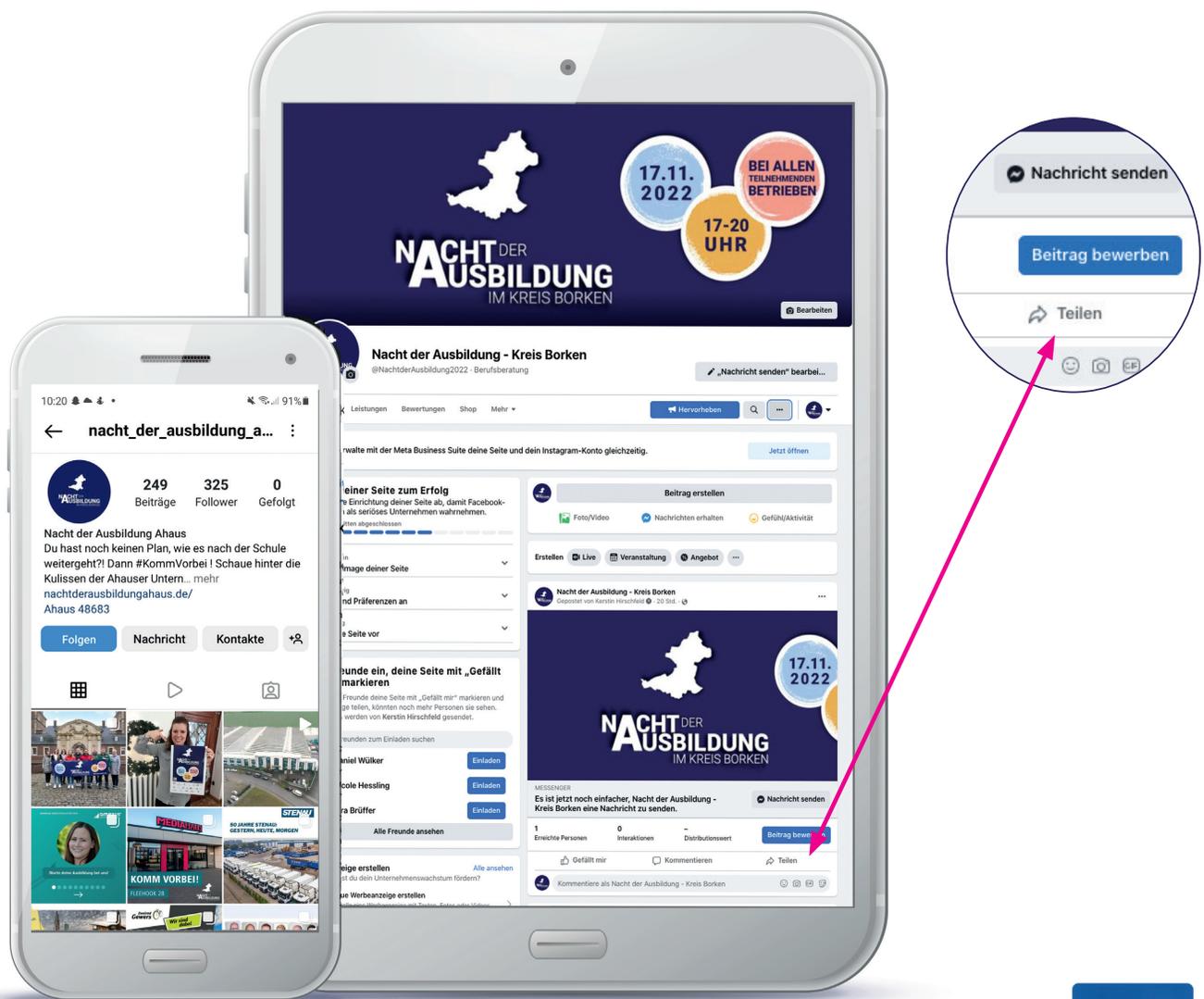
- 1.) Öffnen Sie die Facebook-App oder starten Sie Ihren Internet-Browser und besuchen Sie die Seite www.facebook.com.
- 2.) Loggen Sie sich mit Ihren Zugangsdaten in Ihr Facebook-Profil ein.
- 3.) Klicken Sie auf das Feld Beitrag erstellen (Mobil: „Was machst du gerade?“) und schreiben Sie einen Text, den Sie veröffentlichen möchten.
- 4.) Über die kleine bunte Schaltfläche mit „Aa“ können Sie einen Hintergrund auswählen.
- 5.) Unter dem Textfeld wählen Sie über Icons, welche weiteren Elemente Sie Ihrem Text hinzufügen möchten – zum Beispiel Fotos/Videos, Orte oder Gefühle/Aktivitäten.
- 6.) Direkt über dem Textfeld bestimmen Sie über eine weitere Schaltfläche, wer Ihren Beitrag sehen kann – zum Beispiel „Öffentlich“, „Freunde“ oder „Nur ich“.
- 7.) Geschafft: Mit einem abschließenden Klick auf „Posten“ geht Ihr Beitrag sofort online!
- 8.) Alternativ kann ein Beitrag auch "vorgeplant" werden! Sie bestimmen Datum und Uhrzeit wann der Beitrag veröffentlicht werden soll.



▶ So Re-Posten Sie einen Beitrag bei Facebook

... am Computer/ in der App

- 1.) Unter jedem Beitrag finden Sie die Schaltfläche „Teilen“ – diese klicken Sie einmal an.
- 2.) Jetzt können Sie auswählen, wo Ihr Re-Post zu sehen sein soll – zum Beispiel „Im Feed teilen“, „In einer Community teilen“ oder „Auf einer Seite teilen“.
- 3.) Geschafft: Wenn Sie das gewünschte Ziel anklicken, ist der geteilte Beitrag dort sofort zu sehen.





Durchstarten mit Instagram

Nach aktuellen Zahlen erreicht Instagram in Deutschland eine Reichweite von 30,35 Millionen Menschen. Bei Facebook sind zwar deutlich mehr Menschen angemeldet, doch gerade bei Jüngeren spielt Instagram aktuell die wichtigste Rolle: So nutzen 79 Prozent der 14- bis 29-Jährigen Instagram regelmäßig, die zweitstärkste Gruppe sind die 30- bis 49-Jährigen mit 46 Prozent. Auf dem dritten Platz folgen die 50- bis 69-Jährigen mit 15 Prozent (Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2023).

Über Instagram erreichen Sie sowohl Privatpersonen als auch Unternehmen. Ein großer Vorteil der Plattform: Die Interaktion mit anderen Nutzern ist einfacher als auf Facebook, da Instagram großen Wert auf Kundenkontakt und Erreichbarkeit legt. Dadurch wirkt die Kommunikation untereinander sehr viel persönlicher, sodass meist schnellere Kundenbindungen entstehen. Außerdem liegt der Fokus bei Instagram mehr auf Bildern und Videos. So können Sie hier echte Einblicke in die Arbeit Ihres Unternehmens zeigen – davon profitieren besonders Handwerker.

So machen Sie Ihr Instagram-Profil erfolgreich

Instagram ist ein kreativer Social-Media-Kanal, bei dem die Bildsprache klar im Fokus steht. Jedes Ihrer Bilder sollte für sich sprechen. Mit kurzen Texten können Sie die visuelle Wirkung der Fotos und Ihre Marketing-Intention verstärken.



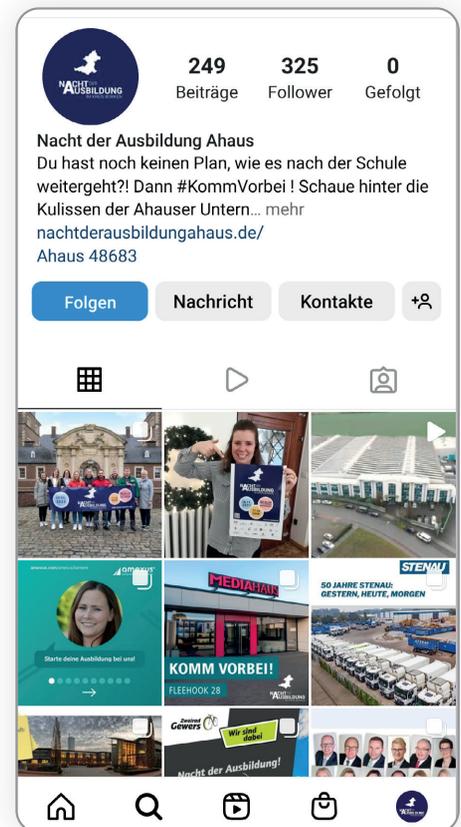
Instagram

Eine besonders wichtige Rolle spielen dabei die sogenannten Hashtags: Dies sind Schlagwörter mit einem vorangestellten „#“-Zeichen. Damit können Sie jedes Wort oder sogar Satzteile zu Schlagwörtern machen. Wenn nun jemand bei Instagram nach einem bestimmten Hashtag sucht, den Sie verwendet haben, werden unter anderem auch Ihre Beiträge gefunden. So vergrößern Sie schneller Ihre Reichweite und Zielgruppen.

Durch die Nutzung von Stories, Reels und Feed-Beiträgen gestalten Sie Ihr Profil für Leser:innen abwechslungsreich und interessant. Die größte Wirkung erzielen Sie dabei mit Inhalten, die Sympathie und Persönlichkeit ausdrücken.

Profi-Tipps für Ihren Einstieg bei Instagram

- Teilen Sie besondere Fotos: Diese eignen sich perfekt für Momentaufnahmen.
- Nutzen sie Videos, um kurze, interessante Geschichten zu erzählen (Storytelling).
- Platzieren Sie Stories als Hinweise zu Beiträgen, um aktuelle Angebote und Aktionen zu bewerben.
- Stärken Sie das Vertrauen von Kund:innen und Fachkräften mit authentischen „Behind the Scenes“-Themen (Hinter den Kulissen).
- Veröffentlichen Sie Videos möglichst als Reels, da diese vom Instagram-Algorithmus besser ausgespielt werden.



Die Möglichkeiten

- Neben dem Posten von Bild- und Videoinhalten auf dem Profil („Feed“) lassen sich Inhalte auch mit einer Sichtbarkeitszeit von 24 Stunden in die „Story“ laden. Die Anzeigedauer nach dem Öffnen einer Story dauert hierbei max. 15 Sek.
- Das Format „IGTV“ (Instagram TV) ermöglicht das dauerhafte Hochladen von 10-minütigen Videos (für Verifizierte: 60 Minuten).
- „Reels“ sind 15 Sekunden lange Kurzvideos, welche einen Mittelweg zwischen „Story“ und „IGTV“ darstellen. Man kann sie im Feed der InstagramerInnen dauerhaft ansehen.
- In „Livestreams“ können Personen bis zu einer Stunde mit ihren Followern und anderen Nutzern live kommunizieren. Geht man mit seinem Instagram-Video live, wird dies den Followern angezeigt, indem ein bunter Ring um das Profilbild kreist. Unter dem Foto erscheint zudem die Nachricht LIVE. Der Livestream wird in das Archiv gelegt, nachdem man die Aufnahme beendet hat. Anschließend kann er manuell bearbeitet werden.
- Die Funktion „Direct Messages“ ermöglicht private Chats sowie Gruppenchats über die App. Auf Story-Posts kann mit Smileys oder Nachrichten reagiert werden, die nur für Story-UrheberInnen übermittelt werden.



Profilbild

1080 x 1080 px

- Angezeigte Größe: 110 x 110 px
- Das Bild wird im runden Format und recht klein angezeigt



BILD QUERFORMAT
1.91:1

Geteiltes Bild
Querformat
1200 x 608 px



BILD QUADRAT
1:1

Geteiltes Bild
Quadrat
1080 x 1080 px



BILD HOCHFORMAT
4:5

Geteiltes Bild
Hochformat
1080 x 1350 px



Instagram-Stories

1080 x 1920 px

- Viele verschiedene Formate möglich, empfohlenes Format ist 9:16 Verhältnis
- Gleiches Format bei **Whatsapp-Stories**

Reel

1080 x 1920 px

Instagram-Livestream

- 9:16 Verhältnis

IGTV

- 9:16 Verhältnis

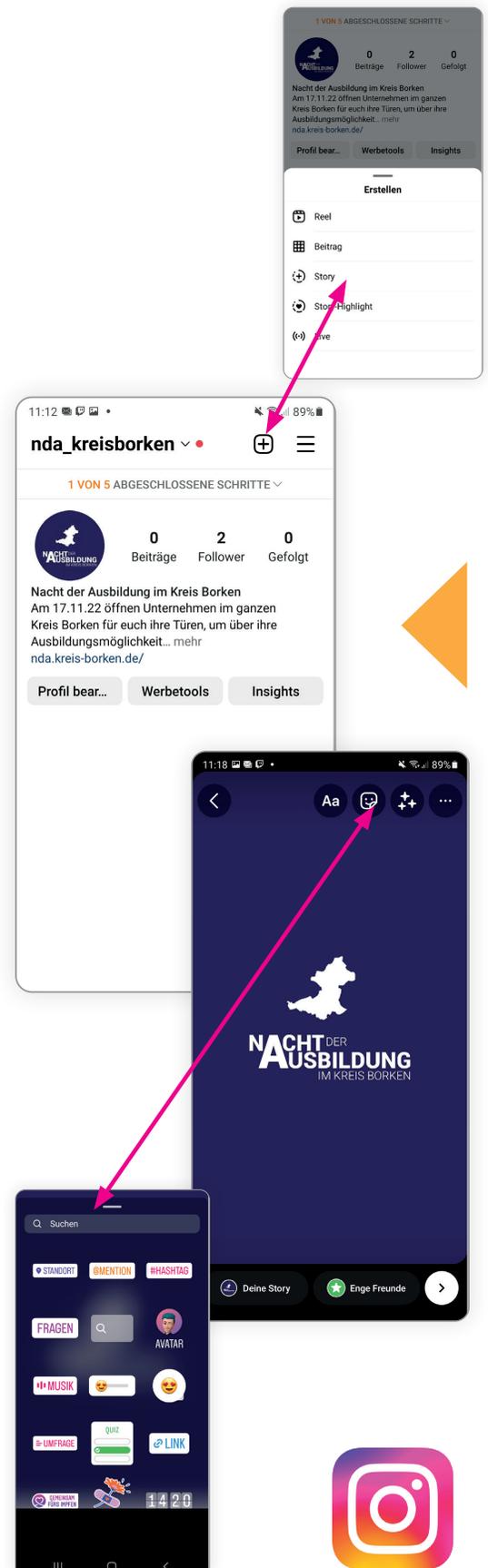
Beachte, dass Elemente der Story nicht vom Profilbild, Profilnamen und der Kommentarfunktion verdeckt werden.



So veröffentlichen Sie einen Story-Beitrag bei Instagram

...in der App

- 1.) Öffnen Sie die Instagram-App.
- 2.) Wenn Sie noch nicht angemeldet sind, loggen Sie sich mit Ihren Zugangsdaten ein.
- 3.) Klicken Sie oben rechts auf das „Plus“-Icon und wählen Sie „Story“.
- 4.) Suchen Sie auf Ihrem Gerät das gewünschte Foto oder Video. Wenn Sie ein Bild länger gedrückt halten, können Sie mehrere Fotos gleichzeitig auswählen. Alternativ produzieren Sie mit einem Klick auf das „Kamera“-Symbol spontan ein neues Foto oder Video.
- 5.) Sie können Ihr Foto nun mit den Fingern zoomen, verschieben oder drehen, bis der gewünschte Bildausschnitt zu sehen ist.
- 6.) Mit dem „Aa“-Icon oben verfassen Sie eine interessante Bildunterschrift und nehmen alle gewünschten Textformatierungen vor, wie Schriftart, -farbe etc. Klicken sie auf „Fertig“.
- 7.) Ihren Text können Sie nun per Finger beliebig positionieren. Mit den anderen Schaltflächen neben dem Text-Icon fügen Sie weitere Effekte, Animationen oder Einstellungen hinzu.
- 8.) Über das kleine Sticker-Icon mit dem lachenden Gesicht (neben „Aa“) fügen Sie Standorte oder Sticker ein, erwähnen andere Nutzer oder erstellen Umfragen.
- 9.) Klicken Sie auf das Pfeil-Symbol unten rechts. Jetzt können Sie wählen, wie Ihr Betrag veröffentlicht wird – zum Beispiel unter „Deine Story“, nur für „Enge Freunde“ oder als Direkt-Nachricht.
- 10.) Geschafft: Wenn Sie abschließend unten auf „Teilen“ klicken, wird Ihr Beitrag sofort veröffentlicht.



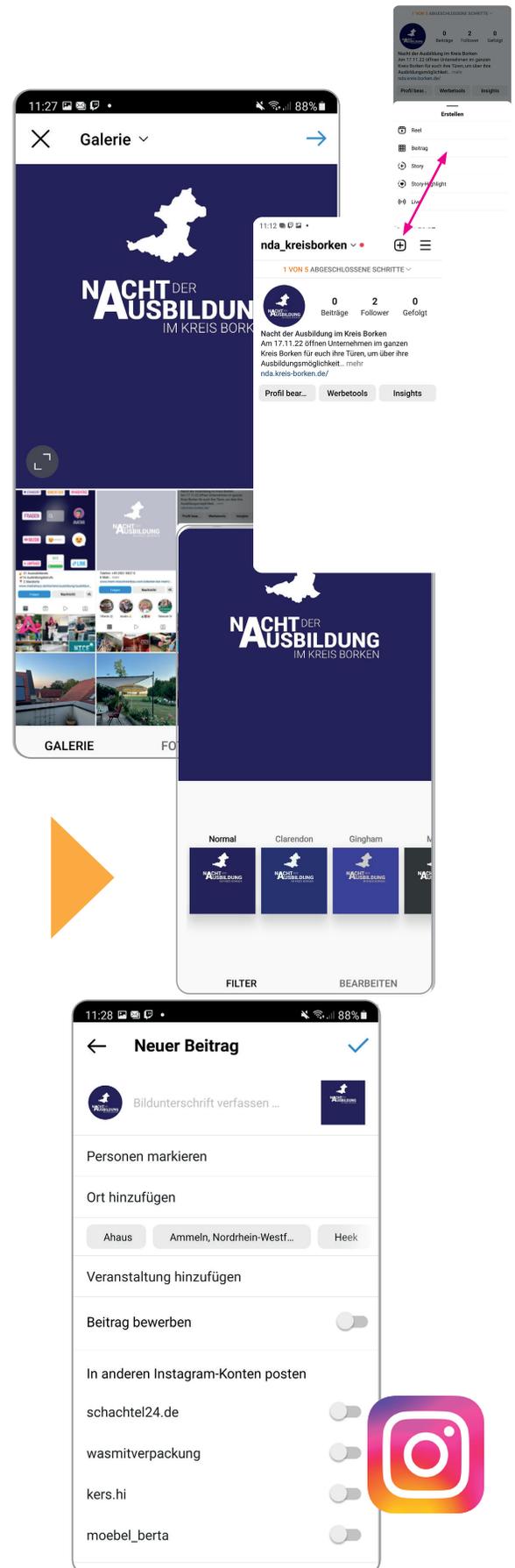
So veröffentlichen Sie einen Bild-Beitrag bei Instagram

... in der App

- 1.) Öffnen Sie die Instagram-App.
- 2.) Wenn Sie noch nicht angemeldet sind, loggen Sie sich mit Ihren Zugangsdaten in Ihr Instagram-Profil ein.
- 3.) Klicken Sie oben rechts auf das „Plus“-Icon und wählen Sie „Beitrag“.
- 4.) Suchen Sie auf Ihrem Gerät das gewünschte Foto. Wenn Sie ein Bild länger gedrückt halten, können Sie mehrere Fotos gleichzeitig auswählen. Alternativ produzieren Sie mit einem Klick auf das „Kamera“-Symbol spontan ein neues Foto.
- 5.) Sie können Ihr Foto im oberen Feld nun mit den Fingern zoomen oder verschieben, bis der gewünschte Bildausschnitt zu sehen ist. Klicken Sie dann auf den kleinen Pfeil oben rechts.
- 6.) Auf der neuen Seite haben Sie Möglichkeit, Ihr Bild beliebig zu bearbeiten, zum Beispiel die Farbe, Ausrichtung und Helligkeit. Außerdem stehen hier viele Effekt-Filter für Sie bereit. Wenn Sie mit dem Ergebnis zufrieden sind, klicken Sie auf WEITER .
- 7.) Jetzt können Sie eine Bildunterschrift verfassen, Personen markieren bzw. einen Co-Autor einladen (nur für öffentliche Profile)*, Musik, Erinnerungen und Orte hinzufügen sowie erweiterte Einstellungen vornehmen.
- 8.) Geschafft: Wenn Sie abschließend oben rechts den blauen Haken klicken, wird Ihr Beitrag sofort veröffentlicht.

Co-Autor (Kollaborationspartner) einladen

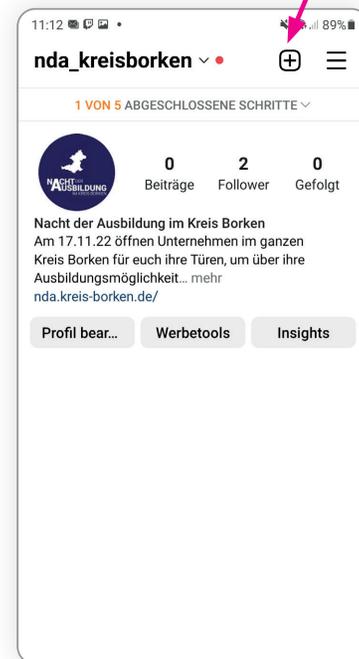
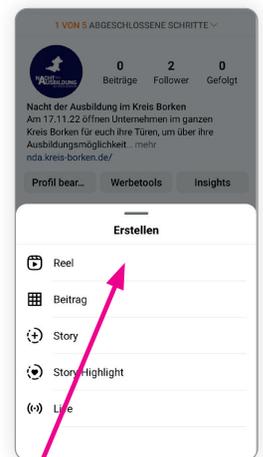
- Mit der Co-Autor-Funktion können Feed-Post und Reels besamt Caption in mehreren Accounts gemeinsam veröffentlicht werden. Im Header der Beitrags sind dann Original-Creator und Co-Autor zu finden.



So veröffentlichen Sie einen Reel-Beitrag bei Instagram

... in der App

- 1.) Öffnen Sie die Instagram-App.
- 2.) Wenn Sie noch nicht angemeldet sind, loggen Sie sich mit Ihren Zugangsdaten in Ihr Instagram-Profil ein.
- 3.) Klicken Sie oben rechts auf das „Plus“-Icon und wählen Sie „Reel“.
- 4.) Nehmen Sie Ihr Kurzvideo auf: Mit einem Klick auf den runden Button unten in der Mitte starten und stoppen Sie die Aufnahme. Für ein effektvolles Ergebnis können Sie auch einen der vielen Filter nutzen oder links in der Leiste weitere Einstellungen vornehmen – zum Beispiel Musik hinzufügen, Videos beschleunigen oder verlangsamen. Alternativ finden Sie über das kleine blaue Plus-Symbol unten links ein bereits aufgezeichnetes Video auf Ihrem Gerät.
- 5.) Wenn Sie Ihr Video aufgenommen haben, überprüfen Sie das Ergebnis mit einem Klick auf den Button „Vorschau“.
- 6.) Über die Icons in der oberen Reihe komplettieren Sie Ihr Reel, zum Beispiel mit Text-Einblendungen, Stimmveränderungen, Stickern oder Effekten. Wenn Sie zufrieden sind, klicken Sie unten rechts auf „Weiter“.
- 7.) Abschließend fügen Sie im Textfeld oben eine passende Video-Unterschrift hinzu. Im Bereich darunter haben Sie viele weitere Möglichkeiten, zum Beispiel das Markieren von Personen, Hinzufügen von Orten oder das Anzeigen von Untertiteln. Klicken Sie dann unten auf „Weiter“.
- 8.) Geschafft: Wenn Sie jetzt unten auf „Teilen“ klicken, wird Ihr Reel sofort veröffentlicht.



So Re-Posten Sie einen Beitrag bei Instagram

... in der App

Sie können den Instagram-Beitrag eines anderen Nutzers problemlos **per Direktnachricht** mit Freunden teilen. Wenn Sie den Beitrag jedoch in Ihrer Bildergalerie speichern oder in Ihrer Story teilen möchten, müssen Sie einen Repost erstellen.

Repost im eigenen Instagram-Feed veröffentlichen

Hierfür brauchen Sie eine entsprechende App, um das Features nutzen zu können.

Repost über Story

Sie können die Posts von anderen Nutzern direkt in Ihrer Story posten:

- 1.) Suchen Sie in der App von Instagram nach dem gewünschten Post und tippen Sie darunter auf das Papierflieger-Symbol.
- 2.) Anschließend tippen Sie unten links auf "Deine Story".
- 3.) Mit dem „Aa“-Icon oben verfassen Sie beliebige Kommentare und nehmen alle gewünschten Textformatierungen vor, wie Schriftart, -farbe etc. Klicken sie auf „Fertig“.
- 4.) Geschafft: Wenn Sie abschließend unten auf „Teilen“ klicken, wird Ihr Beitrag sofort veröffentlicht.



Effizienter Netzwerken mit Crosspostings

Mit Cross-Postings sparen Sie Zeit auf Aufwand – denn Sie können Ihre Beiträge mit nur einem Klick gleichzeitig bei Facebook und Instagram veröffentlichen. Alles, was Sie dafür tun müssen: Ihre Profile auf den beiden Social-Media-Plattformen verbinden.

So verbinden Sie ihre Facebook- und Instagram-Profilе

... in der Facebook-App

- 1.)** Starten Sie die Facebook-App.
- 2.)** Klicken Sie unten rechts auf das Icon mit den drei Strichen, um das Menü zu öffnen.
- 3.)** Wählen Sie die Schaltfläche „Seiten“ (mit dem roten Fähnchen).
- 4.)** Klicken Sie auf das Facebook-Profil, das Sie mit Instagram verknüpfen möchten.
- 5.)** Wählen Sie oben rechts das Zahnrad für „Einstellungen“.
- 6.)** Öffnen Sie die Schaltfläche für „Instagram“ und wählen Sie „Konto verknüpfen“.
- 7.)** Legen Sie mit dem Schiebeschalter fest, ob Sie den Zugriff auf Instagram-Nachrichten im Postfach gestatten wollen.
- 8.)** Klicke Sie auf „Bestätigen“, geben Sie die Zugangsdaten für Ihr Instagram-Konto ein und bestätigen Sie den Vorgang mit „Anmelden“.
- 9.)** Geschafft! Ihre Facebook- und Instagram-Konten sind jetzt miteinander verknüpft. Künftig können Sie über Schaltflächen auswählen, wo Ihre Beiträge veröffentlicht werden.



... in der Instagram-App

- 1.)** Starten Sie die Instagram-App und klicken Sie unten rechts auf Ihr Profilbild.
- 2.)** Wählen Sie jetzt oben rechts das Menü-Icon (mit den drei Strichen) und wählen Sie „Kontoübersicht“.
- 3.)** Unter „Verknüpfte Funktionen“ wählen Sie den Eintrag „Inhalte profilübergreifend teilen“ und klicken auf „Konten hinzufügen“.
- 4.)** Melden Sie sich mit Ihren Zugangsdaten bei Facebook an und bestätigen Sie Ihre Eingabe mit „Weiter“ und stellen Sie Ihre Einrichtung fertig.
- 5.)** Geschafft! Künftig können Sie wählen, wo und welche Beiträge veröffentlicht werden.

