



Instagram

Nutzerzahlen

- 2021: 1 Milliarde monatlich aktive Nutzer weltweit
- In Deutschland 21 Millionen monatliche Nutzer

Zielgruppe/Nutzerstruktur

- Überwiegend junge Zielgruppe: 70% unter 35 Jahre
- Größte Altersgruppe in DE: 25-34-Jährige
- Diverse Zielgruppen durch weit verbreitete Nutzung
- Nach Facebook ist Instagram die beliebteste Plattform
- 76% der Unternehmen nutzen Instagram

Formate & Features

- Auf mobile Nutzung ausgerichtet
- Foto-/Videobasierter Content
- Kein reiner Text Content möglich, lediglich in Caption und Kommentaren
- Feed Posts: Fotos, Videos
- Stories
- Livestream
- Instagram Shopping
- Hashtags (#) zum Filtern wichtiger Beiträge
- Links in Stories und Bio möglich
- Direkte Verknüpfung mit anderen sozialen Netzwerken

Besonderheiten/ Charakteristik

- Hochwertig visueller Content durch Filter und andere Funktionen möglich und notwendig („Feed Ästhetik“)
- Stories ermöglichen scheinbare Alltagsnähe und emotionale Beziehungen zu Kunden
- Zunehmende Bedeutung von Videos (Reels)
- Business Account vereinfacht Datenanalyse

Themen & Inhalte

- Immer mehr Themenbereiche werden abgedeckt
- Visuelle Inspiration im Vordergrund
- Lifestyle & Food
- Fotografie
- Sport & Travel
- Animals & Nature
- Art/Design
- Interior
- Selfies & Privates
- Unternehmen & Produkte

Für welche Unternehmen/Branchen

- Für jedes Unternehmen geeignet
- 90% der Nutzer folgen mindestens einem Unternehmen (2021)
- Bis zu 21 Millionen Menschen über Instagram Anzeigen erreichbar

Werbemöglichkeiten

- Verschiedene Formen von Instagram Ads
- Foto, Video, Karussell und Story Ads
- Integrierbare Shopping Funktion
- Werbung im Explore Tab
- Influencer-Marketing

Vorteile/ Chancen

- Kundennähe durch Content Marketing und Stories
- Hohes Engagement der Kunden auf Instagram
- Integrierbare Instagram Shopping Funktion
- Business Account
- Hohe Reichweite und Leadgenerierung

Nachteile/ Risiken

- Keine Verlinkungsmöglichkeiten im Feed
- Hohe Konkurrenz
- Probleme mit Bots und Fake Followers
- Zeitaufwändig: Content Erstellung und Community Management
- Budget für Zielgruppen orientiertes Marketing notwendig

Fazit

- Weiter wachsende Social Media Plattform
- Für alle Unternehmen gute Werbefläche
- Ansprache einer diversen Zielgruppe möglich