



HOW TO

Instagram

1

TIMING

Die besten Zeitpunkte (Slots) für Postings sind vormittags (11:05 Uhr) und abends (17:05/19:05 Uhr).

Nutzer sind vorwiegend am Wochenende online, vor allem jüngere Nutzer.

2

DIE ERSTEN MINUTEN

Die ersten 15 Minuten nach dem Posten sind am wichtigsten. Hier entscheidet sich, ob ein Posting viral geht.

Ein Posting kann auch später noch viral gehen, zum Beispiel wenn ein großer Account damit interagiert (es in seiner Story bzw. in seinem Feed teilt).

3

HASHTAGS

Instagram bevorzugt eine passende Anzahl von aussagekräftigen Hashtags.

4

ENGAGEMENT REACH RANKING

Likes sind wichtig, aber nicht die höchste Währung.

Kommentare erhöhen die Reichweite, bleiben, was die Wertigkeit betrifft, aber im Mittelfeld.

Wird ein Beitrag versendet oder gespeichert, bringt dies am meisten Reichweite.

5

GENERELLE TIPPS

Weniger Text ist besser. Nutzer konsumieren Instagram schnell und kurz statt langsam und lang.

5-3-1-Regel (täglich bei fünf kleinen, drei mittleren und einem großen Account interagieren) steigert die Reichweite eigener Inhalte.

Auf Kommentare zu antworten ist unerlässlich.



How to Instagram

HOW TO **Instagram**

6

CONTENTART

Reels sind das mit Abstand bestperformende Format, auch Feed-Inhalte und vor allem Multi-Kacheln erleben 2026 ein Comeback.

Storys können seit 2025 öffentlich ausgespielt werden, nicht nur an die eigenen Follower.

Edits ist eine App von Meta zur Erstellung von Videocontent, die stark beworben wird. Ob sie Reichweitevorteile bringt, ist nicht bekannt.

7

TEXT & FACES

Instagram präferiert, wie alle Algorithmen, Gesichter.

Text im Bild sollte vermieden werden, ausgenommen in Storys

8

QUANTITÄT

Generell gilt, dass mindestens ein Posting pro Woche erfolgen sollte, zwei sind natürlich besser. Zu jedem Posting empfiehlt sich eine Story.

Direkt aufeinanderfolgende Postings behindern sich gegenseitig. Postings sollten lieber auf mehrere Tage/Wochen aufgeteilt werden, solange es kein Content ist, der schnell obsolet wird.

9

TRENDS

Trends sind sehr kurzlebig. Wer nicht rechtzeitig aufspringt, verpasst Reichweite, da die Inhalte durch Übersättigung schon früh übersprungen werden und dadurch automatisch an Reichweite einbüßen.

How to Instagram



HOW TO **Instagram**

DIE 10 GEBOTE



PFLEGE DEIN PROFIL: Bio, Linktree, etc.



DAS RICHTIGE TIMING: Vormittags, abends und am Wochenende erreicht man die meisten Nutzer.



KEINE LINKS: Links funktionieren nur in Storys – und selbst dort nur mittelmäßig.



GO FOR HASHTAGS: Nutze die richtigen Hashtags, konzentriere dich auf 5 Stück.



WERTVOLLER CONTENT: Erstelle wertvollen Content, der anderen einen Mehrwert bietet.



CONNECTING & ACTING: Zeige auch bei anderen Kanälen Aktivität, wie liken, kommentieren etc.



NUTZE EDITS: Meta bietet eine eigene App für Videoerstellung.



PFLEG DEINE COMMUNITY: Antworte auf Kommentare deiner Follower.



BILD & VIDEOPLATTFORM: Nutze Instagram für Bilder und Videos, für textliche Inhalte ist LinkedIn besser.



AUFMERKSAMKEIT: Schnapp dir innerhalb von 2 Sekunden die Aufmerksamkeit der Nutzer, sonst sind sie weg.

How to Instagram





HOW TO

Instagram

LEGENDE

BESCHREIBUNG

FANS	Nutzer, die mit dem Kanal verbunden sind
COMMENTS	Kommentare auf einer Plattform
ENGAGEMENT RATE	Verhältnis der agierenden Nutzer zur Anzahl der Gesamtnutzer
ERREICHTE PERSONEN	Anzahl an individuellen Einzelpersonen, die erreicht wurden, je nach Netzwerk unterschiedlich
FEED POSTING	Beitrag im Kanal/Stream
FOLLOWER	Nutzer, die dem Kanal folgen (Facebook) oder mit dem Kanal verbunden sind (andere Netzwerke)
IMPRESSIONS	Impressionen, dazu zählen je nach Netzwerk Sichtkontakt, Fotoaufrufe, Reactions, usw.
INTERACTIONS/ INTERAKTIONEN	meistens kumulierter Wert aus Reactions, Comments, Shares
FOTOAUFRUFE	Geben an, wie oft ein Foto vergrößert wurde (Facebook)
REACH/REICHWEITE	Gibt an, wie viele Kanäle/Personen/Handlungen der Beitrag erreicht bzw. erzeugt hat, je nach Netzwerk unterschiedlich
REACTIONS	Je nach Netzwerk Reaktionen (Like, Wow, Traurig etc.), kann aber auch andere Aktionen beinhalten
REEL	Kurzvideo mit Zeitbeschränkung
SHARE	Teilen eines Beitrags
STORY	Kurzvideo mit Ablaufdatum und Zeitbeschränkung
TRAFFIC	Summe der Klicks oder Handlungen, unterschiedlich bei Website und Social Media

How to Instagram

