

## Instagram Advertising

### Das größte Wachstum & die stärkste Follower-Quote: Instagram

Instagram ist das am schnellsten wachsende soziale Netzwerk der Welt. In Deutschland zählt das Tochterunternehmen von Facebook mittlerweile über 17 Millionen aktive Mitglieder, alleine in den vergangenen zwei Jahren hat Instagram damit fast 8 Millionen neue User hinzugewonnen. Nicht nur wegen dieser enormen Reichweite ist die Plattform auch für Unternehmen hochinteressant. Ganze 80 % aller Instagram Nutzer folgen Unternehmen, eine Quote die seinesgleichen sucht. Durch die perfekte Verzahnung mit Facebook stehen außerdem nicht nur viele hochwertige Werbeformate zur Verfügung, sondern auch genauso starke Targeting Optionen.

Unsere erfahrenen Social Media Experten setzen für Ihr Unternehmen eine optimale Instagram Werbekampagne auf, egal ob Ihre Ziele der Aufbau von Followern und Interaktionen mit Ihren Beiträgen sind, ob Sie Ihre Markenbekanntheit steigern wollen, mehr Besucher für Ihre Website oder Ihren Shop generieren möchten oder Ihr Fokus auf der Erhöhung von Conversions liegt, also zum Beispiel auf der Steigerung von Produktverkäufen. Natürlich inklusive der Produktion der passenden Werbeformate sowie einer klar definierten Zielgruppenausrichtung. Fordern Sie jetzt ein unverbindliches Angebot an und fördern Sie das Wachstum Ihres Unternehmens mit Instagram Advertising.

<https://isemo.de/#kontakt>

### Instagram Advertising Tipps & Best Practices

Als Einstieg in die Welt des Instagram Advertisings haben wir ein paar wichtige Fakten, Tipps und Best Practices aus unserer täglichen Arbeit als Social Media Agentur für Sie zusammengestellt. Die Inhalte werden wir immer wieder aktualisieren, um den ständig wachsenden Innovationen, Erfahrungen und Richtlinienanpassungen gerecht zu werden. Für weiterführende Informationen oder Fragen kontaktieren Sie einfach unseren [Instagram Advertising Support](#).

### Instagram Targeting

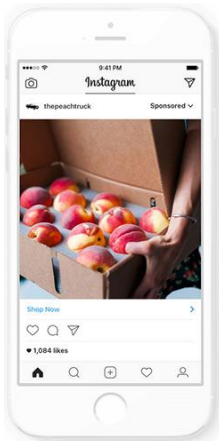
Die Targeting Optionen auf Instagram sind präzise, vielfältig und gewährleisten, dass Sie genau die Zielgruppe mit Ihren Werbekampagnen erreichen, welche Ihr Unternehmen im Fokus hat. Folgende Targeting Möglichkeiten stehen Ihnen zur Verfügung:



- Nach Standort (Land, Region, Stadt...)
- Nach demografischen Daten (Sprache, Alter, Geschlecht...)
- Nach Interessen (Installierte Apps, geklickte Beiträge, abonnierte Kanäle...)
- Nach Verhaltensweisen (Interaktionen auf Facebook und Instagram)
- Custom Audiences (Definieren Sie Ihre Zielgruppe nach bestehenden Kontaktlisten, welche Sie zu Instagram hochladen können)
- Lookalike Audiences (Schalten Sie Werbung für Nutzer, die Ihren Followern bzw. Kunden ähneln)

## Instagram Photo Ads

Instagram Photo Ads sind das Standard-Werbeformat und erscheinen prominent zwischen allen anderen Beiträgen im Haupt-Feed der App. Das vom Werbetreibenden gewählte Foto kann im quadratischen Format oder Querformat eingebunden werden und unterscheidet sich optisch kaum von einem normalen Post. Der einzige Unterschied ist, dass unter einer Photo Ad zusätzlich ein CTA Button erscheint, der den Nutzer zum Beispiel mit einem Klick auf die Website des Werbetreibenden leitet.



## Instagram Video Ads

Video Ads sind ganz ähnlich den Photo Ads aufgebaut und werden ebenfalls zwischen allen anderen Beiträgen im Haupt-Feed der App platziert. Auch hier kann ein CTA Button eingebunden werden, nur dass eben kein Bild, sondern Videomaterial in der Anzeige hinterlegt wird. Bis zu 60 Sekunden kann der Werbeclip lang sein, wobei auf vier wesentliche Best Practices bei der Erstellung eines Werbevideos geachtet werden sollte:

- Binden Sie ein ansprechendes Miniaturbild sowie einen prägnanten Titel ein, welche den Betrachter zum Schauen des Videos anregen.
- Erstellen Sie das Video im Corporate Design, zum Beispiel in markentypischen Farben, damit Ihr Video auch darüber mit der Marke in Verbindung gebracht wird.
- Produzieren Sie ein Video, welches auch ohne Ton funktioniert, zum Beispiel durch Texteinblendungen und Logos. Denn ganze 93 % aller auf Instagram abgespielten Videos werden ohne Ton konsumiert und Sie sollten sicherstellen, dass Ihre Werbebotschaft auch ohne Audiosignal ankommt.
- Testen, testen, testen. Probieren Sie verschiedene Videoformate aus, ändern Sie das Wording des CTA Buttons oder justieren Sie die Feineinstellungen Ihrer Zielgruppe. Nur wenn Sie alle relevanten Varianten getestet und die Ergebnisse analysiert haben, wissen Sie, was am besten funktioniert.

## Instagram Carousel Ads

Mit Instagram Carousel Ads verleihen Sie Ihrer Werbeschaltung noch mehr Tiefe und können mit nur einer Anzeige eine ganze Geschichte erzählen. Denn es lassen sich bis zu fünf verschiedene Bilder oder Videos zu einer Anzeige hinzufügen, mit der Sie zum Beispiel ein positives Kundenerlebnis darstellen können; vom Klick auf die Website, über den Kauf im Online Shop bis zum Auspacken des begehrten Artikels. Nutzer bekommen dabei immer das erste Bild oder Video angezeigt und können sich durch Wischen die weiteren Inhalte ansehen. Auch die Carousel Ads werden zwischen allen anderen Beiträgen im Haupt-Feed der App ausgespielt.

## Instagram Stories Ads

Mit Instagram Stories hat die Facebook Tochter auf die Beliebtheit von Snapchat reagiert und bietet mit Stories Ads nun auch Werbetreibenden die Möglichkeit, kurze Bilderfolgen oder Videoclips prominent auf Instagram Stories zu schalten. Diese Anzeigen werden zwischen den Stories anderer Nutzer platziert und automatisch abgespielt. Außerdem lassen sich hier auch Canvas Ads einbauen, die quasi eine eigene Landing Page des Werbetreibenden abbilden, ohne dass dieser die Instagram Umgebung verlassen muss.

### Weitere Themen aus dem Bereich des Social Media Marketings:

- [Social Media Monitoring](#)
- [Facebook Advertising](#)
- [Youtube Advertising](#)
- [Snapchat Advertising](#)
- [Influencer Marketing](#)
- [Social Media Workshops](#)