



**SOCIAL
MEDIA**
INSTAGRAM

NIEDRIGER
AUFWAND  KEINE KOSTEN 



Digitalverbund Oberfranken
vernetzt – digital – nachhaltig

INSTAGRAM-CONTENT

SOLL IDEEN, MEHRWERT UND

KREATIVITÄT BIETEN

Digitalverbund - vernetzt - digital - nachhaltig



INSTAGRAM NUTZEN, UM IHRE MARKE, IHREN CONTENT VISUELL ZU VERMITTELN

Abwechslungsreiche Ideen, Mehrwert und Kreativität. Der Inhalt sollte sich an den Zielgruppen orientieren.

- Spannende Daten und Fakten zu aktuellen Themen aus der VHS
- Zitate
- Servicebeiträge mit interessanten Empfehlungen, z. B. für Kurse
- Stellenanzeigen
- Gewinnspiele/Gutscheinverlosung
- Umfragen
- Erfolgsgeschichten aus der Integration oder von Dozenten
- Learnings
- Saisonale, anlassbezogene Berichte, Highlights, besondere Veranstaltungen
- Fragen an die Community
- Witziges aus dem VHS-Alltag (im Rahmen gehalten)
- Menschen, glückliche Kunden, kurze Videos aus den Kursen

Schauen Sie sich Instagram-Profilen anderer Volkshochschulen an!

Was gefällt Ihnen?

Sollte es eher sachlich sein oder möchten Sie viele Menschen zeigen, Emotionen wecken?

Was entspricht Ihnen und Ihrer VHS?

Was ist Ihr Ziel?

Bleiben Sie auf jeden Fall authentisch!

WAS SIE ZEIGEN KÖNNEN?

EVENTS:

Sie können z. B. bis zu zehn Bilder und Videos in einem Carousel-Post zeigen. Egal, was sie tun, fotografieren und filmen Sie. Auch bei Ereignissen mit dem Team oder Dozierenden und bei Veranstaltungen lassen sich Fotos & Videos aufnehmen, z. B. bei Gastvorträgen oder Experteninterviews, Vernissagen, Weiterbildungsangeboten für Berufstätige oder Diskussionsrunden, Exkursionen, Informationsveranstaltungen, Jubiläumsfeiern

EIN TYPISCHER TAG:

Geben Sie Ihrem Tun (Ihrer Arbeit) ein Gesicht. Zeigen Sie, wie ein typischer Tag in der VHS aussieht. Stellen Sie z. B. MitarbeiterInnen vor. Zeigen Sie Vorher-Nachher-Fotos. Bieten Sie exklusive Inhalte/Einblicke, die Ihre LeserInnen auf Ihren anderen Kanälen nicht bekommen.

TEAM-SELFIES:

Zeigen Sie sich und auch mal Ihr Team, es darf auch mal schräg sein und witzig. Lassen Sie sich etwas einfallen! Nie vergessen: nach dem Selfie weiterlachen.

HINTER DEN KULISSEN:

Bieten Sie Ihren Followern auch einmal „ungewöhnliche“ Einblicke. Seien Sie kreativ, regen Sie die Phantasie an und seien Sie greifbar für Ihre Kunden, zeigen Sie, dass auch Ihr Team einen ganz „normalen“ Alltag hat.

INTERESSANTE UMFRAGEN:

Stellen Sie Ihrer Leserschaft Fragen und lassen Sie sie zwischen zwei Antworten wählen. Z. B. "Haben Sie Interesse an einem Jodelkurs/an einem Kurs über Tierkommunikation? Ja oder Nein!" So können Sie direktes Feedback einholen. Das ermöglicht eine Interaktion mit den Followern Ihres Accounts und kommt Ihnen gleichzeitig für die Feedback-Statistik zu Gute.

LIVE:

Die authentische Art, um mit der Zielgruppe zu interagieren, sind Live-Formate. Nutzen Sie Lives z. B. für Interviews. Sie dürfen technisch bis zu 4 Stunden lang sein (aber bleiben wir realistisch). Live-Videos können jetzt bis zu 90 Tage im Voraus eingeplant werden. Follower können sich Erinnerungen für die Liveschalte schicken lassen. Es gibt nun auch einen neuen interaktiven Sticker* für „Scheduled Lives“

*Interaktive Sticker animieren NutzerInnen zur Interaktion.

REELS:

Reels sind unterhaltsame Videos, mit denen Sie Ihren VHS-Alltag kreativ wiedergeben, Ihre Kunden informieren und von Menschen entdeckt werden können, die sich für Ihre VHS interessieren könnten.

Diese (neuerdings 90-sekündigen) Multi-Clip-Videos lassen sich mit Ton, Effekten und Kreativ-Tools bearbeiten. Sie können Reels im Feed mit unseren Abonnenten teilen und sie gleichzeitig über den Explorer auch der gesamten Instagram-Community zeigen. Über Reels im Explore-Tab haben Sie die Möglichkeit, ein „Creator“ auf Instagram zu werden und ein neues Publikum zu erreichen. Reels bleiben im Feed sichtbar.

Format 9:16, also 1080 x 1920 px (Pixel)

Daneben sollte man bei der Erstellung von qualitativem Content einige Anhaltspunkte beachten:

Dem roten Faden folgen:

Sich über ein ungefähres Ziel Gedanken zu machen lohnt sich. Welche Zielgruppe möchte man mit seinen Beiträgen auf Instagram ansprechen und welche Werte möchte man verbreiten? Ist man sich darüber im Klaren, so wirkt auch der Content stimmiger und vor allem authentisch.

Eine persönliche Note einbringen/beibehalten:

Ideen vermehrt stehlen und für sich selbst nutzen kommt bei der Community nicht gut an. Zwar ist es auf Instagram gang und gäbe, sich von Trends inspirieren zu lassen, jedoch sollte sich ein persönlicher Touch herauskristallisieren, damit der eigene Content erfolgreich wird. Auf diese Weise schafft man auch einen Wiedererkennungswert.

Mehrwert generieren:

Eine gründliche Zielgruppenanalyse hilft dabei zu verstehen, welchen Content die eigene Community braucht und wünscht. Darauf basierend kann man unterhaltende oder informative Inhalte mit Mehrwert erstellen, welche die UserInnen begeistern und zum Profil zurückkehren lassen.

Die Grammatik sollte sitzen:

Ein Text voller grammatikalischer Fehler verschafft ein ungutes Bauchgefühl. (Dennoch passieren immer einmal Fehler, dies ist menschlich und zeigt Ihren Followern auch, es stecken Menschen hinter diesem Account. Fehler sollten natürlich nicht zu oft vorkommen -> Stichwort aktive Fehlerkultur)

Ein hochwertiger Content sollte deshalb möglichst fehlerfrei und in verständlicher, dem jeweiligen Publikum angemessener Sprache formuliert sein

Die gesunde, goldene Mitte finden:

Auf Instagram ist es wichtig, ein gutes Bild-Text-Verhältnis zu haben. Ausdrucksstarke Bilder brauchen eine aussagekräftige Bildunterschrift und andersherum. Sicher gibt es auch situationsbedingte Ausnahmen. Fehlende Bildunterschriften oder nur eine Ansammlung von Emojis können einem Bild aber oft die gewünschte Aussagekraft nehmen. Ein ellenlanger durchdachter Text ohne wirkliche Bildmarke kann wiederum langweilig wirken.

Die Mischung macht's.

INSTAGRAM STORIES:

Mit Fotos, Reels, Lives und kurzen Videos können Sie in den Stories exklusive Geschichten aus Ihrem Alltag erzählen. Nach 24 Stunden löschen sich diese Stories von selbst. Mit Stories (und Reels) nehmen Sie Ihre Community mit hinter die Kulissen. Setzen Sie Hashtags, Link-Sticker und Ortsangaben ein, damit Ihre Inhalte & Informationen gefunden werden. Mit Stories lassen sich z. B. News oder auch Live-Events ankündigen. Dies erzeugt Spannung und kann eine Veranstaltung auch kurzfristig noch füllen.

Achtung! Instagram-Algorithmus! Er regelt, wer welchen Inhalt zusehen bekommt. Es gibt mehrere Algorithmen, für den Feed, für Reels, Explorer usw. Somit hat man mehrere Möglichkeiten, seine Sichtbarkeit aufzubauen. Aus Marketingsicht ist es am erfolgreichsten, eine klare inhaltliche Nische zu haben, hochwertigen und unterhaltsamen Content zu liefern und seine Zielgruppen genau zu kennen.

- Stories und Reels sind die meist genutzten Features auf Instagram -

WORAUF SIE ALLERDINGS VERZICHTEN SOLLTEN

BESCHRIFTUNG:

Versuchen Sie nicht mit aller Macht, sich immer wieder in den Vordergrund zu stellen. Es könnte zu werblich oder sogar taktlos wirken und dadurch aufdringlich. Bewerben Sie im besten Falle Ihre VHS im Allgemeinen und als Team, jedoch nie aus der ICH-Perspektive. **(Ausnahmen ggf. für KursleiterInnen/DozentInnen in Zusammenhang mit Content aus oder für die Volkshochschulen!)**

KLEINTEILIGE GRAFIKEN/ILLUSTRATIONEN:

Handhaben Sie es nach dem Motto „Keep it simple“. Bleiben Sie bei echten, visuellen Beiträgen, Fotos und Videos. Kleinteilige Infografiken passen besser auf Kanäle wie z. B. Twitter oder Facebook. Sie wirken nicht immer auf Instagram, da sie meistens nur schwer erkennbar sind. Illustrationen und Zeichnungen hingegen sind prima. (Es sollte allerdings zum Thema passen)

LANGeweile:

Perfekt ist schnell langweilig. Probieren Sie verschiedene Dinge aus, schauen Sie, was gut ankommt, und entscheiden Sie sich für IHRE Strategie. Bieten Sie Information und vergessen Sie nicht, auch etwas Unterhaltung zu liefern. Ein Redaktionsplan hilft, mögliche Langeweile zu verhindern und abwechslungsreich sowie informativ zu posten. Es sollte Ihnen Spaß machen!

COLLAGEN:

Für Instagram eignen sich keine kleinteiligen Collagen. Oft ist kein eindeutiges Motiv erkennbar. Es springt nicht ins Auge. Verwenden Sie lieber die Mehrfach-Bildauswahl. Für Collagen brauchen Sie Platz, der allerdings auf Instagram in Zeiten von „Mobile First“ nicht immer gegeben ist.