

**SOCIAL
MEDIA**
INSTAGRAM

MITTLERER
AUFWAND  
KEINE KOSTEN



Digitalverbund Oberfranken
Marketing-Digithek

INSTAGRAM

ANALYSE: EINE ÜBERSICHT DER FUNKTIONEN

Digitalverbund - vernetzt - digital - nachhaltig

Instagram bietet eine Vielzahl von Analysetools und Funktionen, um Aktivitäten und Leistung auf der Plattform zu verfolgen. Hier sind einige der wichtigsten im Überblick.

Sie benötigen einen anderen Zuschnitt von Funktionen? Neben den Tools des Betreibers Meta gibt es auch Tools von Drittanbietern, eine Auswahl finden Sie in unserem Dokument „Social Media Analyse-, Planungstools von Drittanbietern“

- > **Instagram Insights:** Instagram Insights ist ein integriertes Analysetool, das für Business-Profilen verfügbar ist. Es bietet Einblicke in wichtige Metriken wie Follower-Wachstum, Impressions, Reichweite, Interaktionen und vieles mehr. Sie können auch Informationen über das demografische Profil Ihres Publikums und die Aktivität auf Ihren Beiträgen erhalten, s. Seite 2 für mehr Details.
- > **Aktivitätsstatus:** Instagram zeigt Ihnen den Aktivitätsstatus Ihrer Follower an, so dass Sie wissen, wann diese zuletzt auf der Plattform aktiv waren. Dies kann Ihnen bei der Planung Ihrer Beiträge und Interaktionen mit Ihren Followern helfen, s. Seite 2 für mehr Details.
- > **Post-Performance-Analyse:** Instagram ermöglicht es Ihnen, die Leistung einzelner Beiträge zu überwachen, um herauszufinden, welche Art von Inhalten bei Ihrem Publikum am besten ankommt. Sie können auch sehen, wie viele Personen Ihre Beiträge gespeichert oder mit ihnen interagiert haben, s. Seite 2 für mehr Details.
- > **Instagram Analytics Tools von Drittanbietern:** Es gibt auch Drittanbieter-Tools und Plattformen wie Hootsuite, Buffer und Sprout Social (meist kostenpflichtig), die erweiterte Analysefunktionen für Instagram anbieten. Diese Tools können detailliertere Einblicke in Ihre Leistung, Zeitpläne für Beiträge und sogar Wettbewerbsanalysen bieten, s. ausführliche Anleitung „Social Media Analyse-, Planungstools von Drittanbietern“.
- > **Zielgruppenanalyse:** Instagram Insights bietet Informationen über das demografische Profil Ihrer Follower, einschließlich Alter, Geschlecht und Standort. Dies kann Ihnen helfen, Inhalte besser auf Ihre Zielgruppe abzustimmen, s. ausführliche Anleitung „Instagram-Analysetools Zielgruppen“.
- > **Werbeanzeigen-Analyse:** Wenn Sie Instagram-Werbeanzeigen schalten, bietet Instagram detaillierte Analysen über die Leistung Ihrer Anzeigen, einschließlich Klicks, Impressions, Konversionen und Kosten pro Klick, dazu ist eine ausführliche Anleitung in Arbeit.

Diese Analysetools können Ihnen helfen, Ihre Instagram-Strategie zu optimieren, indem Sie besser verstehen, wie Ihr Publikum auf Ihre Inhalte reagiert und welche Art von Inhalten am erfolgreichsten ist. Volkshochschulen können diese Tools nutzen, um ihre Marketingkampagnen auf Instagram zu verbessern und den ROI* zu maximieren.

*ROI = ROI steht für Return on Investment und misst – vereinfacht ausgedrückt – das Verhältnis zwischen Investitionskosten und Ertrag.

Die Insights auf Instagram beziehen sich auf die Analyse- und Statistikfunktionen, die Instagram für Geschäfts- und Creator-Accounts bereitstellt. Diese Insights bieten wichtige Informationen darüber, wie Beiträge und Stories auf der Plattform performen und wie das Publikum mit dem Inhalt interagiert. Hier sind einige der Hauptfunktionen und Metriken, die in den Insights von Instagram verfügbar sind:

- > **Interaktionen:** Diese Metriken zeigen, wie oft Nutzer mit Ihren Beiträgen interagiert haben. Dazu gehören Likes, Kommentare und geteilte Beiträge.
- > **Reichweite:** Dies zeigt, wie viele unterschiedliche Konten Ihre Beiträge „gesehen“ haben. Es gibt organische Reichweite (Menschen, die Beiträge ohne Werbung gesehen haben) und bezahlte Reichweite (Menschen, die Beiträge über Anzeigen gesehen haben).
- > **Impressionen:** Die Gesamtzahl der Aufrufe Ihrer Beiträge, einschließlich mehrfacher Aufrufe durch dieselben Nutzer*innen.
- > **Profilaufrufe:** Die Anzahl der Male, die Ihr Instagram-Profil angeklickt wurde.
- > **Follower-Demografie:** Informationen über das Geschlecht, das Alter, die geografische Lage und die Aktivität Ihrer Follower. Dies kann helfen, Ihre Zielgruppe besser zu verstehen.
- > **Aktivitätszeiten:** Die Zeiten, zu denen Ihre Follower am aktivsten auf Instagram sind. Dies kann bei der Planung von Beiträgen helfen, um eine größere Reichweite zu erzielen.
- > **Stories-Insights:** Analysen Ihrer Instagram Stories, einschließlich Aufrufe, Vor- und Rückwärtsbewegungen im Browser oder in der App sowie Ausstiege.
- > **Promotions:** Wenn Sie Werbeanzeigen auf Instagram schalten, erhalten Sie auch Einblicke in den Erfolg dieser Anzeigen, z.B. Klicks und Ausgaben.

Mithilfe des Insights-Tools lässt sich Ihre Instagram-Strategie optimieren. Sie können Trends erkennen, feststellen, welche Art von Inhalten am besten funktioniert, und Ihre Beiträge entsprechend anpassen, um ein größeres Publikum und Ihre Ziele auf Instagram zu erreichen.

Der Aktivitätsstatus in Instagram zeigt an, wann Benutzer*innen zuletzt auf der Plattform aktiv waren. Dies ist eine Funktion, die es ermöglicht, die Aktivität der eigenen Follower auf Instagram in Echtzeit zu verfolgen. Hier sind einige wichtige Informationen dazu:

- > **Anzeige:** Der Aktivitätsstatus wird in Form eines grünen Punkts neben dem Profilbild angezeigt. Wenn dieser grüne Punkt vorhanden ist, bedeutet dies, dass der/die Nutzer*in kürzlich auf Instagram aktiv war.
- > **Privatsphäre-Einstellungen:** Nutzer*innen haben die Möglichkeit, ihren Aktivitätsstatus in den Privatsphäre-Einstellungen zu deaktivieren. Wenn der Aktivitätsstatus deaktiviert ist, wird der grüne Punkt nicht angezeigt, selbst wenn Nutzer*innen online sind.
- > **Aktivitätsstatus für direkte Nachrichten:** Der Aktivitätsstatus wird auch in den Direktnachrichten angezeigt. Wenn Sie eine Unterhaltung mit einem/r anderen Nutzer*in öffnen, sehen Sie den Aktivitätsstatus oben in der Unterhaltung. Er zeigt an, wann die Person zuletzt in dieser Unterhaltung aktiv war.
- > **Status „zuletzt aktiv vor“ und „aktiv jetzt“:** Wenn Sie auf das Profil eines/r Nutzers/in tippen, wird Ihnen der Zeitpunkt angezeigt, zu dem er/sie zuletzt auf Instagram aktiv war. Sie können sehen, ob die Person „aktiv jetzt“ ist oder „zuletzt aktiv vor [Zeitangabe]“. Dies dient dazu, die Aktivität Ihrer Kontakte besser zu verfolgen.
- > **Aktivitätsstatus in Gruppen-Chats:** In Gruppen-Chats wird der Aktivitätsstatus von Mitgliedern ebenfalls angezeigt, sodass Sie sehen können, wer in der Gruppe online ist.

Der Aktivitätsstatus kann hilfreich sein, um zu wissen, wann Ihre Kontakte auf Instagram aktiv sind und möglicherweise auf Ihre Nachrichten oder Kommentare reagieren können. Es ist jedoch auch wichtig, die Privatsphäre-Einstellungen zu respektieren und zu bedenken, dass nicht alle Nutzer*innen ihren Aktivitätsstatus mit anderen teilen möchten.

Die Post-Performance-Analyse bei Instagram ist entscheidend, um herauszufinden, wie gut Ihre Beiträge auf der Plattform abschneiden und um Ihre zukünftigen Inhalte zu optimieren. Hier sind die Schritte, um die Performance Ihrer Instagram-Beiträge zu analysieren:

- > **Instagram Insights verwenden:** Wenn Sie ein Business- oder Creator-Konto auf Instagram haben, können Sie Instagram Insights verwenden, um detaillierte Informationen über die Performance Ihrer Beiträge zu erhalten. Gehen Sie zu Ihrem Profil und tippen Sie auf das Dreistrich-Menü oben rechts. Wählen Sie „Insights“ aus.
- > **Post-Metriken anzeigen:** In Instagram Insights finden Sie eine Vielzahl von Metriken für Ihre Beiträge. Hier sind einige der wichtigsten:
 - **Interaktionen:** Likes, Kommentare, geteilte Beiträge und gespeicherte Beiträge.
 - **Reichweite:** Die Anzahl der einzigartigen Konten, die Ihren Beitrag gesehen haben.
 - **Impressionen:** Die Gesamtanzahl dessen, wie oft Ihr Beitrag angezeigt wurde.
 - **Gespeicherte Beiträge:** Die Anzahl der Nutzer*innen, die Ihren Beitrag gespeichert haben.
 - **Profilaufrufe:** Die Anzahl der Nutzer*innen, die Ihr Profil nach dem Betrachten des Beitrags aufgerufen haben.
- > **Vergleichen Sie die Leistung:** Vergleichen Sie die Performance Ihrer verschiedenen Beiträge miteinander, um Muster und Trends zu identifizieren. Welche Art von Inhalten erzielt die höchsten Interaktionsraten? Gibt es bestimmte Hashtags, die gut funktionieren?
- > **Zeiten und Tage analysieren:** Überprüfen Sie, zu welchen Zeiten und an welchen Tagen Ihre Beiträge die besten Ergebnisse erzielen. Dies kann Ihnen helfen, den optimalen Zeitpunkt für zukünftige Veröffentlichungen zu bestimmen
- > **Beliebte Hashtags und Orte:** Finden Sie heraus, welche Hashtags und Orte in Ihren Beiträgen die meisten Impressionen und Interaktionen generieren. Dies kann Ihnen bei der Hashtag-Strategie und der Standortauswahl für zukünftige Beiträge helfen.
- > **Story Performance:** Wenn Sie Instagram Stories verwenden, überprüfen Sie die Story-Metriken wie Anzahl der Aufrufe, Swipe-Ups und Antworten.
- > **Verlauf der Performance:** Analysieren Sie die Leistung Ihrer Beiträge im Laufe der Zeit. Gibt es bestimmte Trends oder Veränderungen? Wenn ja, was könnte diese beeinflusst haben?
- > **Experimentieren und Anpassen:** Basierend auf Ihren Erkenntnissen sollten Sie Ihre Content-Strategie und Posting-Zeiten anpassen, um die Leistung zu steigern. Testen Sie verschiedene Arten von Inhalten, Hashtags und Zeiten, um zu sehen, was am besten funktioniert.
- > **Interaktionen fördern:** Nutzen Sie Ihre Erkenntnisse, um den Content zu erstellen, der Ihr Publikum am meisten anspricht, und fördern Sie Interaktionen durch ansprechende Beschriftungen und Fragen.

Die regelmäßige Analyse der Post-Performance ist entscheidend, um auf Instagram erfolgreich zu sein und um Ihre Strategie kontinuierlich zu verbessern. Indem Sie die Analyse-Daten nutzen und Ihre Inhalt dementsprechend anpassen, können Sie Ihr Publikum besser ansprechen und Ihren Zielgruppen näherkommen.

Weitere Anleitungen zu Instagram Insights:

- > Instagram-Analyse, eine Übersicht der Funktionen
- > Instagram-Analysertools Zielgruppen
- > Instagram-Analysertools Hashtags
- > Instagram-Analysertools Stories
- > Social Media Analyse-, Planungstools von Drittanbietern