

Media Table

Alles rund um Instagram
und Co

ALLES RUND UM INSTAGRAM UND CO

Media
Table

Welche Möglichkeiten habe ich?

- Beitrag ←
- Story
- Story Highlight
- Reel
- Live-Video
- Werbung
- Reposts



Was ist ein Beitrag?

- Foto/Video dauerhaft hochladen
- Ist im „Feed“ zu finden
- Können archiviert werden
- Reaktion erfolgt durch Likes
- “Gefällt mir Angaben“ können verborgen werden
- Kommentare können deaktiviert werden

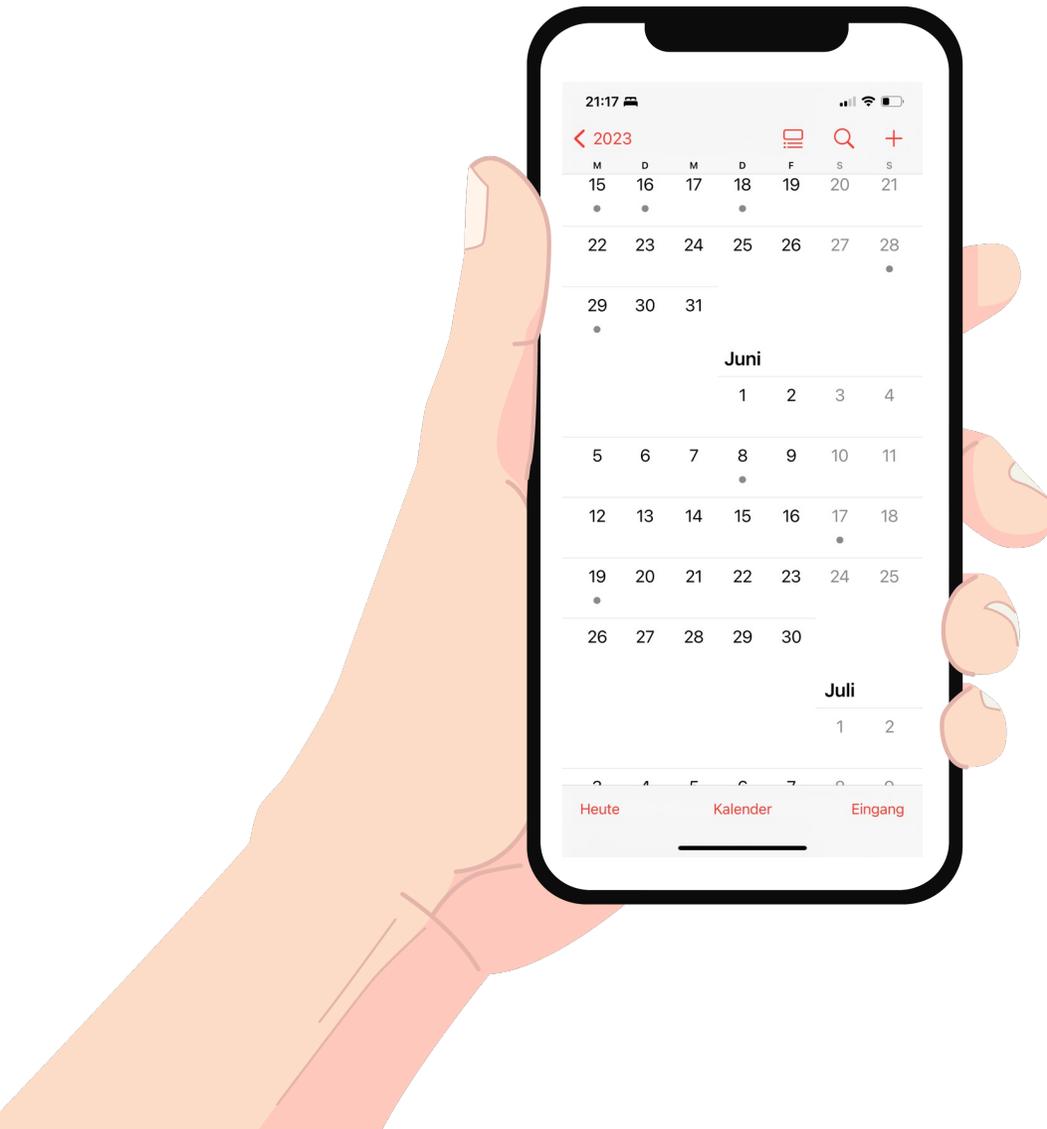


Was ist ein guter Beitrag?



- Mehrwert bieten
- Abwechslungsreiche Inhalte teilen
- Persönlichen Bezug herstellen
- Call-to-action einbauen
- Passende Hashtags verwenden
- Trends aufgreifen
- Einheitliche Gestaltung
- Content planen

Der richtige Zeitpunkt

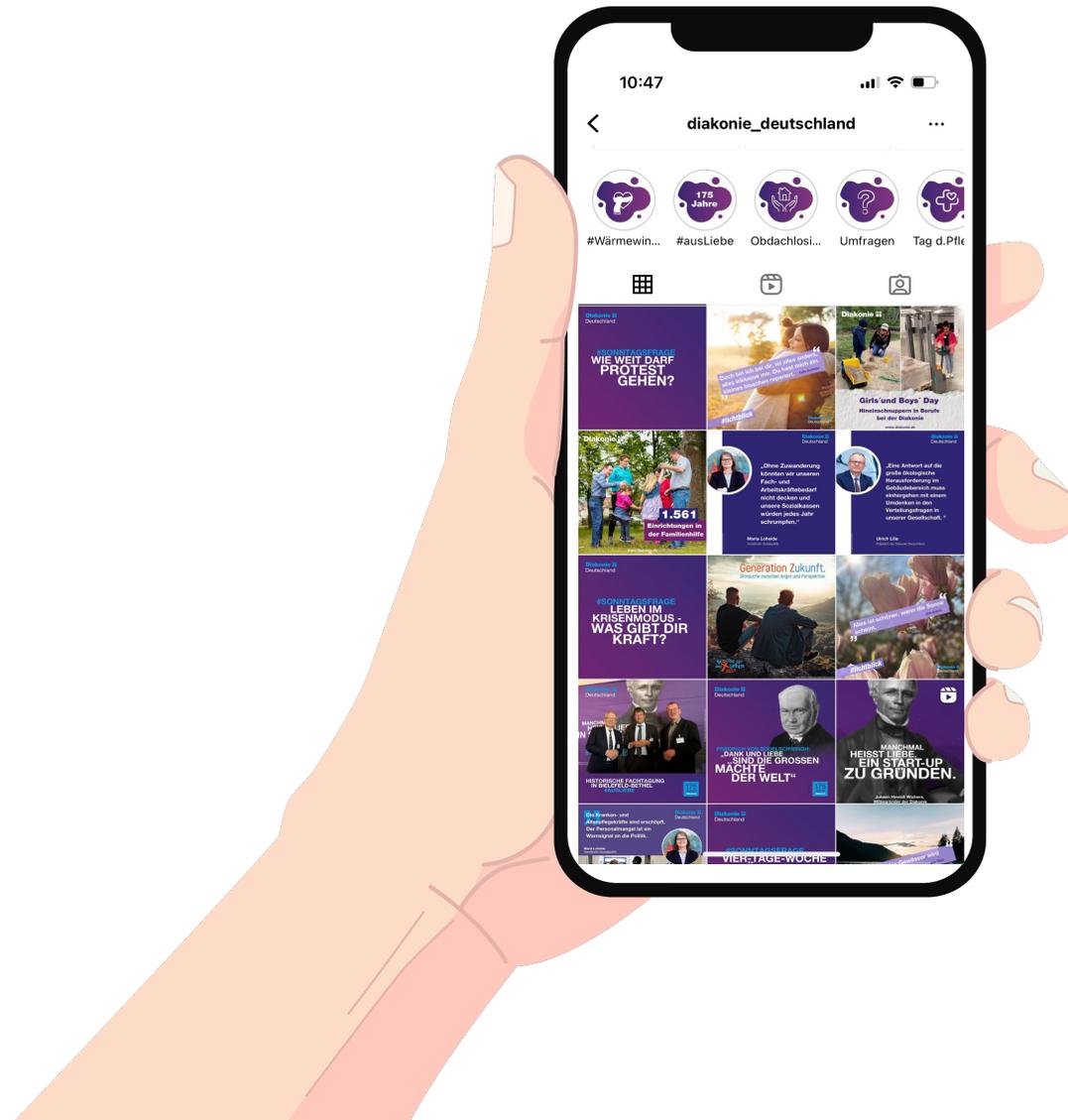


- zum richtigen Zeitpunkt posten
- Montag um 11 Uhr
- Dienstag um 11 Uhr und 14 Uhr
- Freitag um 11 Uhr

- schlechtester Tag: Sonntag

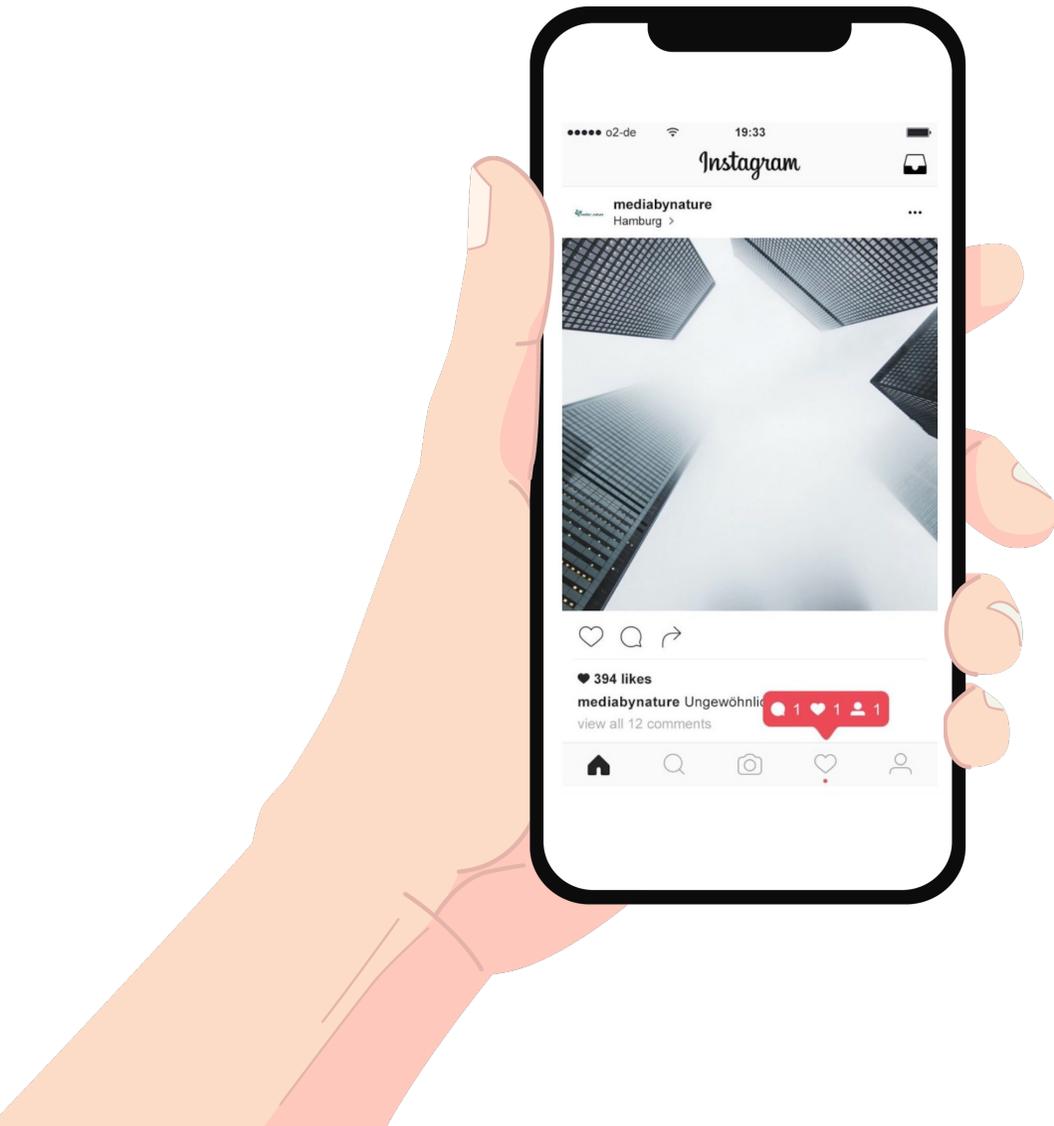
Optische Gestaltung

- Optisch Ansprechend
- Gefühl auslösend
- Informativ
- Einheitliches Design -> C.D.



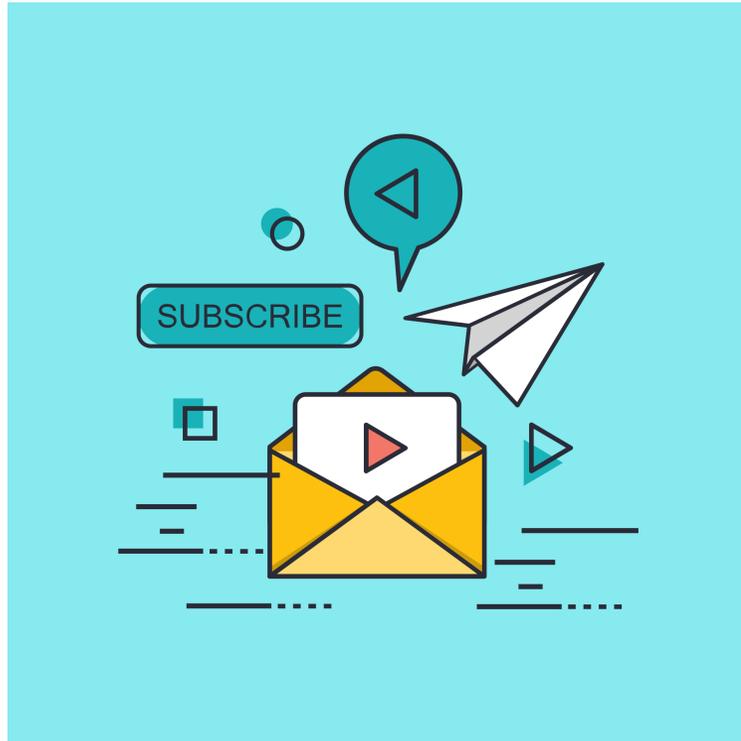


Tipps für die Optik



- Achte auf Qualität
- Verwende Filter sparsam
- Setze auf Minimalismus
- Richte die Bilder aus
- Kreiere ungewöhnliche Perspektiven
- Zeige (d)ein Gesicht
- Zeige viel Hintergrund

Vernetzung via Instagram



- Erwähnungen „@“
- Foto Markierungen
- Hashtags
- Instagram Gruppen
- über den Ort

Corporate Design

- Gestaltungselemente – Markenname, Logo, Claim, Farben, Formen, Schriften, Bilder und Tonalität



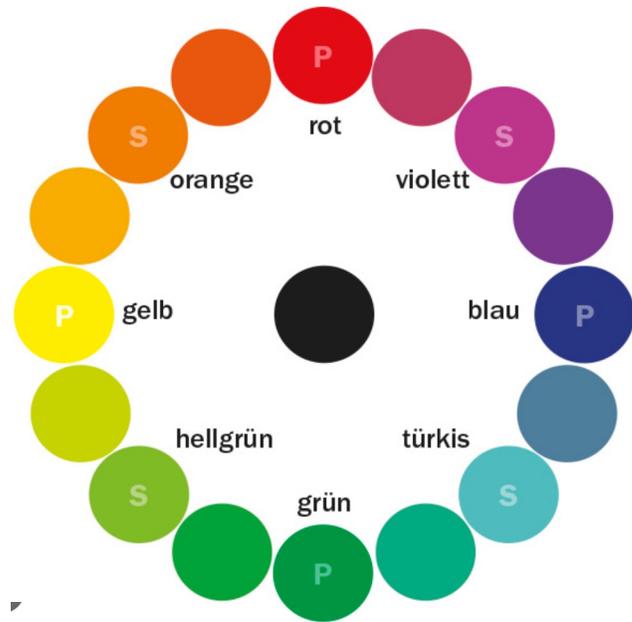
Format

- Quadratisch 1:1 = 1.080 x 1.080 Pixel
- Portrait 4:5 = 1080 x 1350 Pixel
- Landscape 1.91:1 = 1080 x 608 Pixel



Farben

- Hausfarben
- Bedeutung? Was möchte ich ausdrücken?
- Signalfarben, Komplementärfarben, warme/kalte Farben



Formen/Keyvisual

- Key Visual bedeutet so viel wie Schlüsselbild. Ein Schlüsselbild trägt unmittelbar zur Markenbildung und zum Bekanntheitsgrad einer Marke bei.



Typografie

- Headline-> prägnante Schrift mit hohem Wiedererkennungswert
- Fließtext -> leicht lesbare, flüssig
- auf die Harmonie achten

Das hier ist die Headline

*Thil ma des volessunto con nam in eatia
estio ilis ut et odicimi, simi, suntias dit
laut doloreUnt laut ex eaquas id quatis ut
magnihillam, nonsequo ea denis aceatur?
Am fuga. Videlis abore doluptaqui consedis
sinvendit et, sus dolore esciend ucimpel*

Das hier ist die Headline

lhil ma des volessunto con nam in eatia estio ilis ut
et odicimi, simi, suntias dit laut doloreUnt laut ex
eaquas id quatis ut magnihillam, nonsequo ea denis
aceatur?Am fuga. Videlis abore doluptaqui consedis
sinvendit et, sus dolore esciend ucimpel

Filter

- Erzeugen harmonischen Gesamteindruck
- Vorgefertigte Filter
- Nuancen setzen mit:
- Belichtung
- Sättigung
- Kontraste



Original



Clarendon



Gingham



Moon



Lark



Reyes



Juno



Slumber



Crema



Die 20%-Text-Regel

- “Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte”
- Instagram gibt vor, dass maximal 20% des Bildes aus Text bestehen darf.
- Deshalb entweder:
 - 1) Ein kurzer und prägnanter Text im Bild. Ausführlicherer Text darf in die Bildunterschrift.
- Oder:
 - 2) Kein Text im Bild. Dafür ein ausdrucksstarkes Bild und Text nur in der Bildunterschrift.



Beitragstext (Caption)

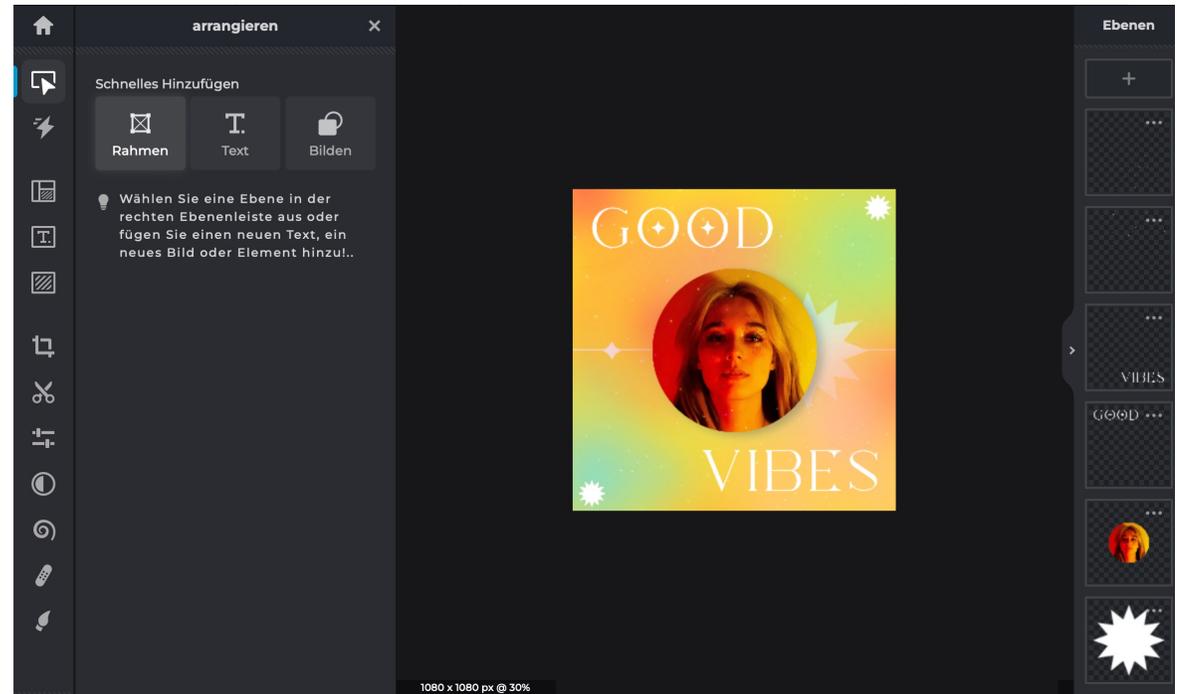
- informativ, emotional oder unterhaltend (oder eine Mischung daraus)
- Call to Action – Aufruf zur Interaktion!
- Das Foto des Beitrags ist von einer anderen Person?
Unter dem Text ein 📷 + @Urheberprofil
- 10-30 Hashtags passend zum Beitragsthema (gerne als Kommentar „verstecken“)

<https://likeometer.co/hashtags/explorer>



Möglichkeiten einen Beitrag zu erstellen

- Indesign, Word
- Designcap, pixlr.com
- Fotos ohne Lizenz nutzen
- Layout Vorlagen: Canva



Canva