

Instagram

Stand: 28.02.2025

Die Nutzer von Instagram laden Fotos und Videos hoch, um diese mit Freunden, Followern oder dem gesamten Netzwerk zu teilen. Circa 1,04 Milliarden Menschen weltweit nutzen das soziale Netzwerk. Es ist mit Facebook eine der erfolgreichsten Social-Media-Plattformen.

Wie funktioniert das soziale Netzwerk Instagram?

Instagram ist eine Online-Plattform, auf der sich die Nutzer miteinander verbinden, um Fotos und Videos zu teilen. So können sie sich **weltweit** über gemeinsame Interessen und Themen austauschen und eine **Community** schaffen. Zu Beginn ermöglichte Instagram den Benutzern ausschließlich das Hochladen von Fotos, mittlerweile gibt es auch eine Video-Option. Reine Texte erlaubt die Plattform nur bis 2.200 Zeichen in Form eines Bildkommentars. Links können nicht hinzugefügt werden.

Viele **Unternehmen und Marken** sind Teil des sozialen Netzwerks, um die Reichweite der Plattform für ihr Marketing und ihre Werbung zu nutzen. Ihre Produkte und Dienstleistungen können sie sowohl durch **eigene Postings** als auch durch **geschaltete Kampagnen** bewerben.

Was zeichnet Instagram aus?

Obwohl sich die Inhalte von Instagram auf Bilder, Videos und nur wenig Text beschränken, bietet das Netzwerk **viele Möglichkeiten**: Nach dem Anlegen eines **Profils** können die Nutzer **Freunde zu ihren Kontakten hinzufügen** und Profile **abonnieren**. Auf ihrem eigenen Feed sehen sie dann stets die neusten Beiträge. Mit der **Explore-Funktion** suchen die Benutzer nach unbekanntem Themen, Orten und anderen Profilen und entdecken so neue Inhalte.

Mithilfe der sogenannten **Story** teilen die Nutzer Bilder oder kurze Videos, die nur 24 Stunden sichtbar sind. Die Funktion **Direktnachrichten** bietet die Option, private Nachrichten an Freunde oder Follower zu schicken. Sie werden nicht auf den Profilen veröffentlicht. Dank der **Hashtags** markieren die Nutzer ihre Inhalte mit Schlagworten. So finden sie andere Interessierte und Suchmaschinen leichter. Zusätzlich zu diesen Social-Media-Funktionen gibt es den **Instagram-Shop** und **Instagram-TV** für das Teilen längerer Videos.

Welche Reichweite hat Instagram mittlerweile?

Kevin Systrom und Mike Krieger gründeten Instagram im Oktober 2010. Ihr Projekt bestand aus einer **einfachen Plattform für das Teilen von Fotos**. Ein besonderer Zusatz: Sie stellten **Filter** bereit, mit

denen die Fotos nachträglich bearbeitet werden konnten.

Facebook kaufte das soziale Netzwerk im Jahr 2012 für einen stattlichen Preis von einer Milliarde Dollar und stattete es im Anschluss mit der Story-Funktion aus. Außerdem erweiterte es die Möglichkeiten für das **Influencer-Marketing**. Heute ist Instagram vor allem eine Plattform für Mode, Kunst, Fotografie und Beauty – und ein wichtiger Aspekt der Marketingstrategie von Unternehmen dieser Branchen.

Die **Zielgruppe** des sozialen Netzwerks ist im Vergleich zu anderen Plattformen **etwas jünger**: Die meisten Nutzer sind zwischen 18 und 35 Jahre alt. Selbstverständlich nutzen auch ältere Personen Instagram. Die Plattform ermöglicht es allen Profilinghabern, mit Freunden und Bekannten in Kontakt zu bleiben und Inhalte zu teilen.

Unternehmen bewerben und verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen gern über die Plattform: Sie ist besonders für Marken attraktiv, die mit **visuellen Inhalten eine starke Werbewirkung** auf Instagram entfalten.

Welche Vor- und Nachteile hat Instagram?

Instagram ist eines der beliebtesten sozialen Netzwerke weltweit. Es bringt folgende **Vorteile** mit sich:

- **breite Reichweite**: Mit der großen globalen Community können Personen und Unternehmen eine große Zielgruppe erreichen.
- **Aktivität**: Die Nutzer des Netzwerks verwenden es besonders häufig und regelmäßig. Inhalte können so erfolgreich vermarktet werden.
- **Kreativität**: Der Schwerpunkt auf Bilder und Videos ermöglicht kreative Kampagnen und hochwertige Clips mit großem Erfolgspotenzial.

Neben seinen Vorteilen hat die Plattform auch **Nachteile** für die kommerzielle Nutzung durch Unternehmen:

- **Kosten**: Obwohl das Anlegen eines einfachen Nutzerprofils kostenlos ist, können Werbeanzeigen gerade für kleinere Unternehmen mit geringem Budget auf Instagram recht kostspielig sein.
- **Konkurrenz**: Aufgrund der Größe der Plattform gibt es eine Vielzahl an Wettbewerbern, die die Aufmerksamkeit ähnlicher Zielgruppen wecken möchten.
- **Regulierung**: Instagram reguliert die Veröffentlichung der Inhalte. Nicht alle Bilder und Videos sind also für die gewünschte Zielgruppe sichtbar.

Wie steht es um den Datenschutz bei Instagram?

Instagram sammelt Informationen über seine Benutzer: Kontaktdaten, Interessen und Aktivitäten auf der Plattform werden zur Verbesserung der *User Experience* und zu Marketingzwecken gespeichert. Mit den folgenden Maßnahmen versucht Instagram, den Datenschutz zu verbessern:

- **Datenschutzrichtlinien:** Hier ist einsehbar, wie Instagram die Daten der Benutzer sammelt, verwendet und schützt.
- **Datensicherheit:** Die Nutzerdaten werden bei der Übertragung und Speicherung verschlüsselt.
- **Datenschutzkontrolle:** Mit den Datenschutzeinstellungen der Nutzerkonten ist die Verwendung persönlicher Informationen durch Instagram einschränkbar.

Die Social-Media-Plattform arbeitet eng mit Regulierungsbehörden zusammen, damit das Vorgehen des sozialen Netzwerks geltenden Datenschutzgesetzen entspricht. Die Plattform wurde dennoch im Rahmen der Speicherung von Nutzerdaten für Werbezwecke kritisiert.

Welche Optionen bietet Instagram aus SEO-Sicht?

Instagram ist eine **äußerst geeignete Ressource für SEO-Zwecke**. Für ein besseres Ranking des Profils zum Beispiel können Unternehmen relevante Keywords in der Bio und im Namen des Profils sowie geeignete Hashtags unter den Bildern verwenden, einen Link zur eigenen Website in der Bio unterbringen und Zielgruppen-angepasste, hochwertige Inhalte veröffentlichen. Das kann zu mehr Traffic und potenziellen Kunden führen.