

## Neu: Instagram Unternehmensprofil

Instagram wird Facebook immer ähnlicher. In kürze wird das neue Instagram Unternehmensprofil ausgerollt, welches neben einigen neuen Features auch ein Analyse Tool enthält. Damit möchte man Unternehmen Werkzeuge an die Hand geben, mit denen sie ihr Business auf der Plattform noch besser vorantreiben können. Gerüchte dazu gab es schon länger, aber erst gestern wurde die Einführung der Unternehmensprofile von Instagram offiziell bestätigt.

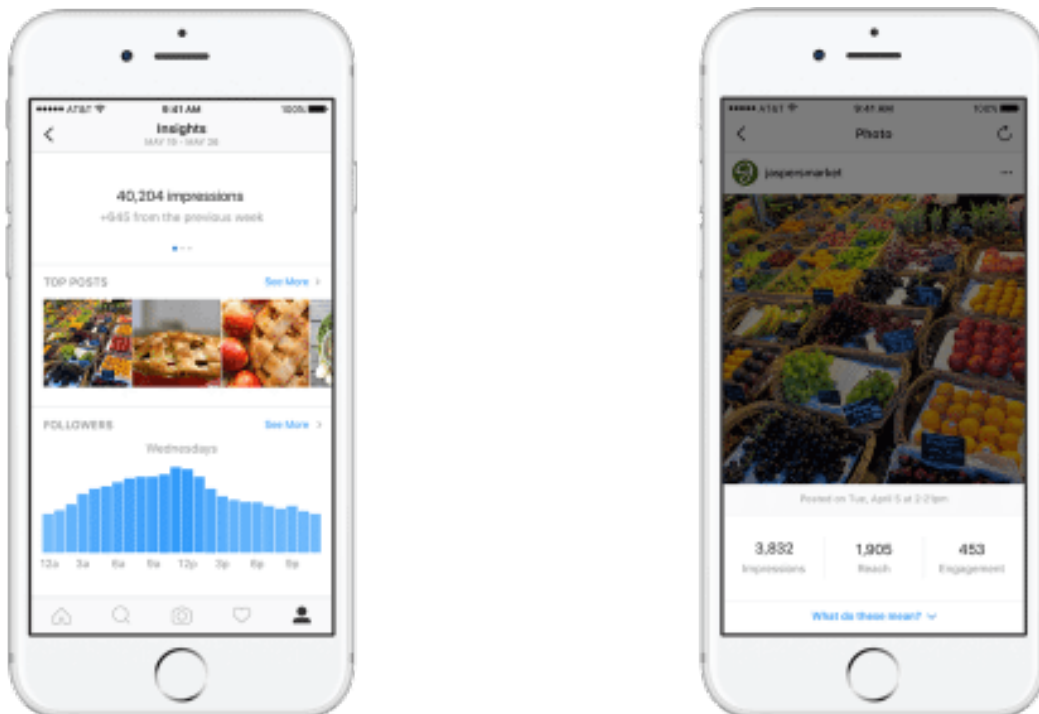


Foto: Instagram

## Instagram Unternehmensprofil – die Funktionen

Das neue Instagram Unternehmensprofil enthält eine Kontakt-Schaltfläche, die es den Nutzern ermöglicht, das Unternehmen telefonisch oder per Mail zu kontaktieren oder (toll für lokale Unternehmen!) eine Wegbeschreibung abzurufen. Bisher konnte man Kontaktinformationen nur in der Instagram Bio unterbringen. Diesen ohnehin knappen Platz kann man jetzt also sinnvoller nutzen.

Es gibt außerdem endlich die Möglichkeit, bereits veröffentlichte Instagram Beiträge zu bewerben. Dabei können solche Anzeigen direkt über die Instagram App erstellt werden. Wie sinnvoll das ist, bleibt abzuwarten. Die Funktion „Beitrag bewerben“ gibt es ja auch auf Facebook. Da hier aber nur ein Bruchteil der Targetingmöglichkeiten zur Verfügung stehen, ist von der Verwendung eher abzuraten. Weitaus mehr Möglichkeiten hat man, wenn man Werbeanzeigen über den Powereditor von Facebook erstellt.

Als Unternehmen kann man sich einer Kategorie zuordnen, welche dann ebenfalls im Profil angezeigt wird. So erkennen Nutzer schneller, um was für ein Unternehmen es sich handelt.

## Statistiken für Unternehmensprofile

Bisher war man auf Drittanbieter angewiesen, wenn man seinen Instagram Kanal analysieren wollte. Nutzer von Business Profilen erhalten zukünftig eigene Instagram Statistiken die Unternehmen ermöglichen, mehr über ihre Follower und den Erfolg der eigenen Inhalte zu erfahren und neue Erkenntnisse zu gewinnen. So können die eigenen Aktivitäten auf Instagram besser optimiert werden.

Auf [Later.com](#) wurden Screenshots veröffentlicht, die aufzeigen, welche Daten uns erwarten. Angezeigt wird die Entwicklung der Follower sowie einige demografische Daten wie Alter, Geschlecht und Herkunft.

Instagram wertet die eigenen Inhalte aus und zeigt die erfolgreichsten Posts nach Impressionen, die Anzahl der Interaktionen sowie die Aktivitätszeiten der eigenen Follower.

Es werden außerdem erzielte Klicks ausgewiesen. Diese Klicks beziehen sich auf die Verlinkung in der Instagram Bio, denn bisher hat man ausschließlich dort die Möglichkeit, einen anklickbaren Link unterzubringen. Bei den meisten Unternehmen verweist diese Verlinkung aus rechtlichen Gründen daher auf das Impressum der Unternehmenswebseite. Für die deutsche Version der Unternehmensprofile wünsche ich mir die Möglichkeit, es um ein Impressum zu erweitern, so dass der Link in der Bio anderweitig genutzt werden kann...

Bis dahin müssen wir uns aber sowieso noch gedulden. [Laut Techcrunch](#) werden die Business Profile in den kommenden Monaten zunächst in den USA, Neuseeland und Australien ausgerollt. Alle weiteren Länder sollen bis Ende diesen Jahres folgen. Wir halten Euch auf dem Laufenden!