

## Instagram

### Was ist Instagram?

Instagram ist eine App für Smartphones und Tablets, die 2010 gegründet wurde und zu den erfolgreichsten Onlinediensten weltweit gehört. Instagram bietet sowohl das Teilen von Fotos und Videos als auch viele Fotofilter zur Bildbearbeitung an. Ein charakteristisches Merkmal der Fotos stellt das quadratische Format dar. Seit Ende 2012 gehört Instagram zu Facebook.

### Definition

Instagram ist **soziales Netzwerk**, das insbesondere von jüngeren Usern genutzt wird. User können eigene Videos und Fotos hochladen, teilen und kommentieren. Das Netzwerk wird hauptsächlich mit Mobilgeräten wie Smartphones und Tablets genutzt. Die Nutzer können mit dem Handy aufgenommene Bilder direkt in die App hochladen und veröffentlichen. Die Postings werden mit [Hashtags](#) versehen und so bestimmten **Themen zugeordnet**. Im Jahr 2018 hat Instagram **eine Milliarde** aktive User verzeichnet.

### Geschichte

Instagram wurde von den IT-Programmierern Kevin Systrom und Mike Krieger aus San Francisco entwickelt. Ihre ursprüngliche Check-In-Software namens „burbn“ hat sich durch eine **Foto-Erweiterung** zur Instagram-App entwickelt, die anschließend im Jahr 2010 im Apple-App-Store erhältlich war. Im April 2012 war die App dann auch für Android-Geräte verfügbar.

Aufgrund der zahlreichen **bedeutenden Sponsoren** konnte die App stets weiterentwickelt werden, wobei insbesondere das große Potenzial für **Marketing und Werbung** im Fokus stand. Die schnell steigenden Nutzerzahlen auf Instagram führten dazu, dass Facebook im Jahr 2012 das Unternehmen für eine Milliarde Dollar übernahm. Im Jahr 2013 nutzten mehr als 150 Millionen [User](#) pro Monat die App. Das **rasante Wachstum** des Onlinedienstes wurde unter anderem damit begründet, dass viele **bekannte Marken** bereits zu Beginn mit einem eigenen Profil aktiv waren. Durch die Übernahme setzte Facebook die **Technologie** von Instagram für seine eigene App Facebook Camera ein. User können seit Juni 2013 neben Fotos auch Videos posten.

## Möglichkeiten für Nutzer mit Instagram

Instagram bietet den Usern verschiedene Möglichkeiten:

- Bildbearbeitung mit mehr als 12 verschiedene Filter
- Hochladen von Fotos aus dem Album oder direkte Verknüpfung mit der Kamera des Smartphones oder Tablets
- Hochladen und Drehen von Videos
- Geotag-Funktion, womit der eigene Standort im Beitrag markiert wird
- Austausch mit anderen Usern
- Like-Funktion in Form eines Herzens
- Kommentar-Funktion mit der Verwendung von Hashtags
- Einbindung in andere Web-Anbindungen über eine API
- Möglichkeiten für das Online-Marketing

## Kommerzielle Nutzung

Seit 2016 können angemeldete User ihr Profil in ein **Unternehmensprofil** („Business-Account“) ändern. Mit so einem Account erhalten die User Zugriff auf verschiedene Statistiken, die für **Marketingmaßnahmen** relevant sind. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, Werbeanzeigen direkt in der App zu erstellen und Kontakte hinzuzufügen. Inzwischen wird Werbung zwischen den Beiträgen in Form von Fotos oder Videos eingeblendet, die auf die **Vorlieben der Nutzer** abgestimmt ist. Eine neue Funktion stellt das **virtuelle Schaufenster** dar, welches durch Antippen von käuflichen Produkten die Preise und Produktinformationen auf den Bildern anzeigt. Neben Unternehmen und Prominenten sind vor allem [Influencer](#) auf Instagram vertreten, die für Produkte sowie Dienstleistungen werben und so für **Aufmerksamkeit** sorgen.

## Instagram für Unternehmen

Aufgrund der hohen Reichweite sind immer mehr Unternehmen auf Instagram **aktiv**. Denn mit einer **erfolgreichen Kampagne** lässt sich die Markenbekanntheit erhöhen, das Image verbessern oder die Produkte und Dienstleistungen effektiv verkaufen. Der Vorteil liegt sowohl an der direkten Aktivität der User als auch an den [zielgruppenspezifischen](#) Marketingmaßnahmen. So müssen User für Teilnahme an Aktionen aktiv sein und werden zugleich über **Bilder emotional** angesprochen. Neben Influencer-Marketing ist vor allem User Generated Content (UGC) eine beliebte Maßnahme zur Erreichung dieser



Ziele. **Influencer-Marketing** wird insbesondere dann eingesetzt, wenn ein Unternehmen über den eigenen Instagram-Account nicht genügend Personen der Zielgruppe erreicht. Als User Generated Content werden Inhalte bezeichnet, die von Nutzern außerhalb des Unternehmens erstellt und veröffentlicht werden. Ein guter UGC steigert die **Authentizität** der Marke und erzeugt Vertrauen. Dies sorgt für eine stärkere **Markenbindung**.

Für Unternehmen mit einem Shop bietet es sich zudem an, **Instagram Shopping** zu nutzen. Diese Funktion ermöglicht die **Verlinkung** von Produkten in einem Instagram-Post und leitet die User somit direkt in den jeweiligen Online-Shop weiter.