

Storytelling auf Instagram

Mara Wecker
FRAU MACHT MEDIEN 2018

Warum
überhaupt
Instagram?

Nutzer weltweit

Der Hype in Zahlen

- 800 Millionen Nutzer
- 500 Millionen tägliche Nutzer
- 25 Millionen Unternehmen
- 80% aller User folgen min. einem Unternehmen

15 Mio.

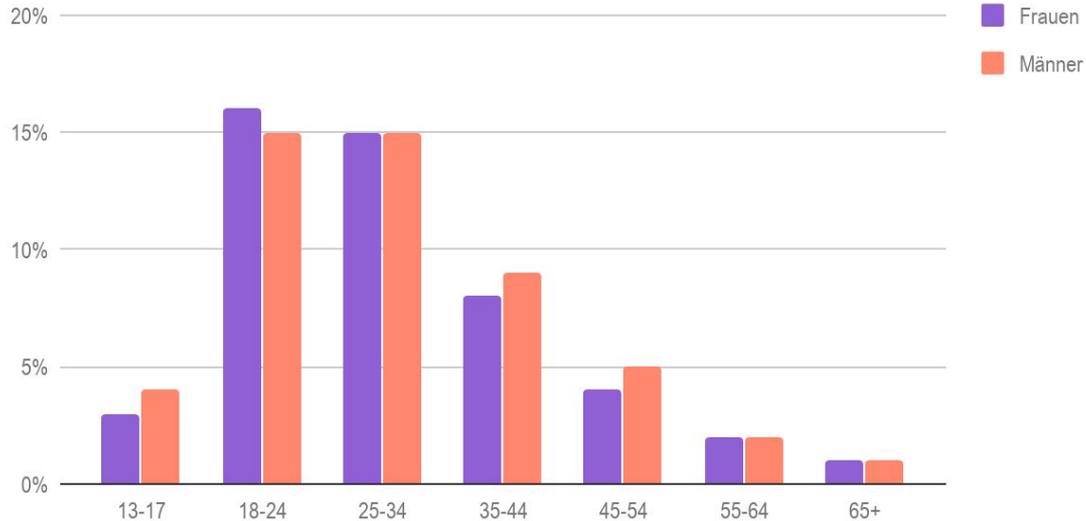
Nutzer in Deutschland sind jeden Monat auf Instagram aktiv

(Stand: August 2017)

In einem Jahr
haben sich die
Nutzerzahlen
verdoppelt.

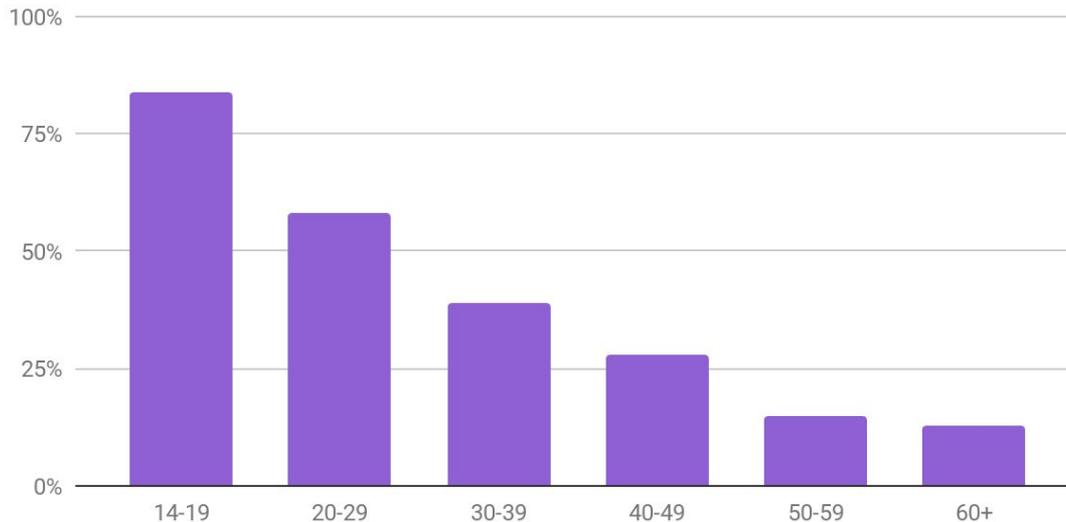
Wer ist auf Instagram?

Distribution of Instagram users worldwide as of January 2018, by age and gender (Quelle: Statista)

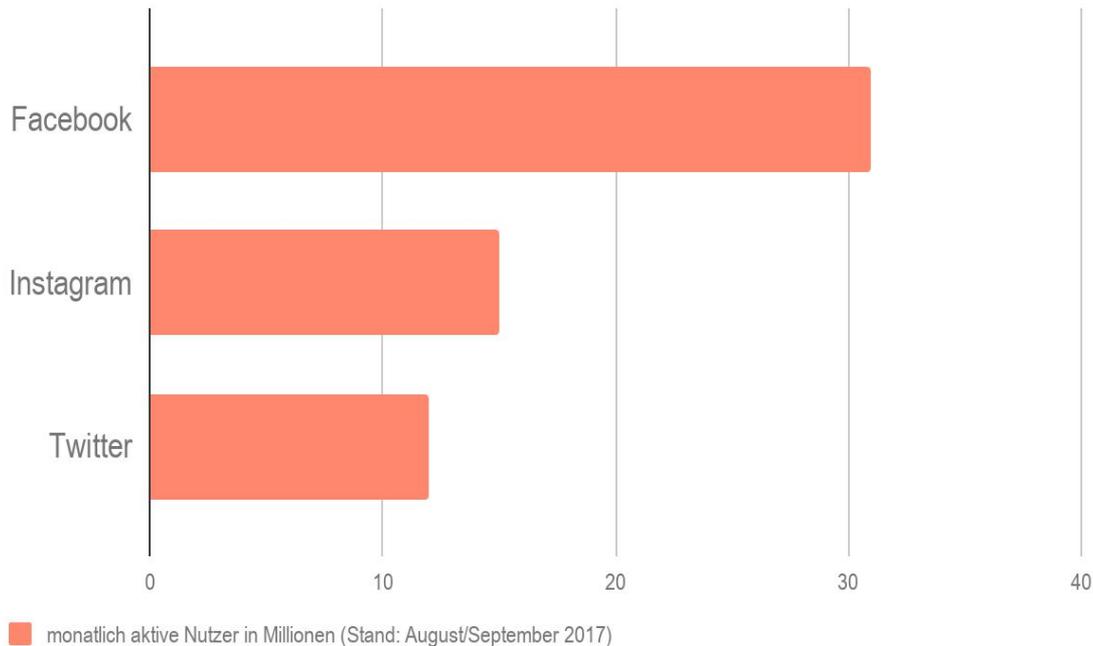


Und in Deutschland?

Anteil der befragten Internetnutzer, die Instagram nutzen, nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2017 (Quelle: Statista)



Die Top 3 in Deutschland



Instagram ist das
zweitwichtigste
soziale Netzwerk
in Deutschland.

24 Minuten

verbringen User über 25 Jahren täglich auf Instagram

Wie kann
Storytelling
aussehen?

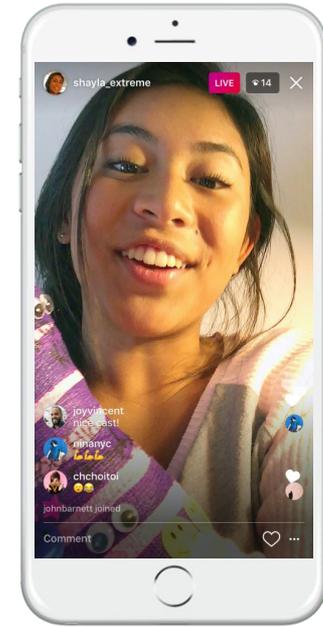
3 Wege für Storytelling



Feed



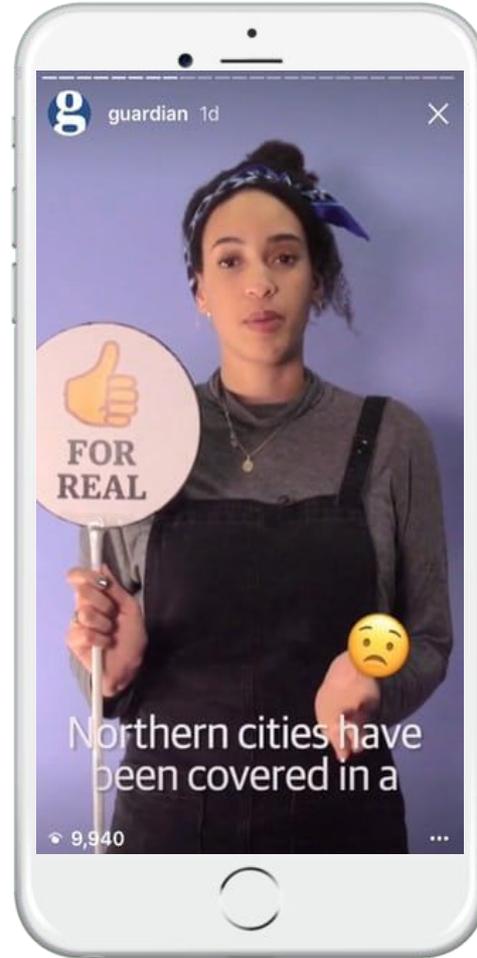
Story



Live

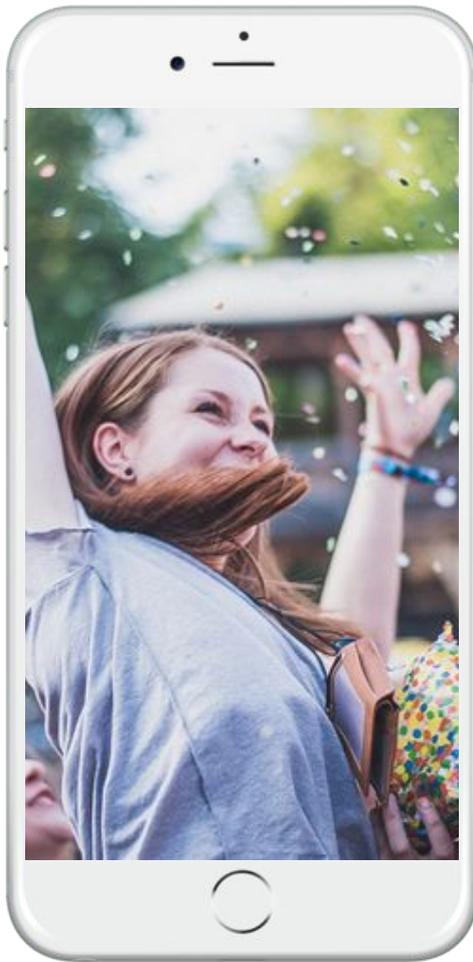
Stories

Stories



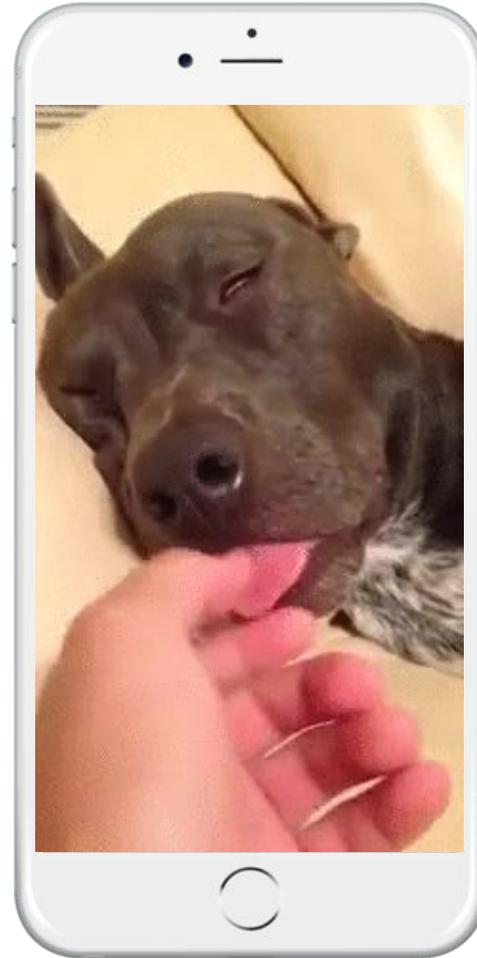
Stories

- Fotos



Stories

- Fotos
- Videoschnipsel



Stories

- Fotos
- Videoschnipsel
- Gestaltung



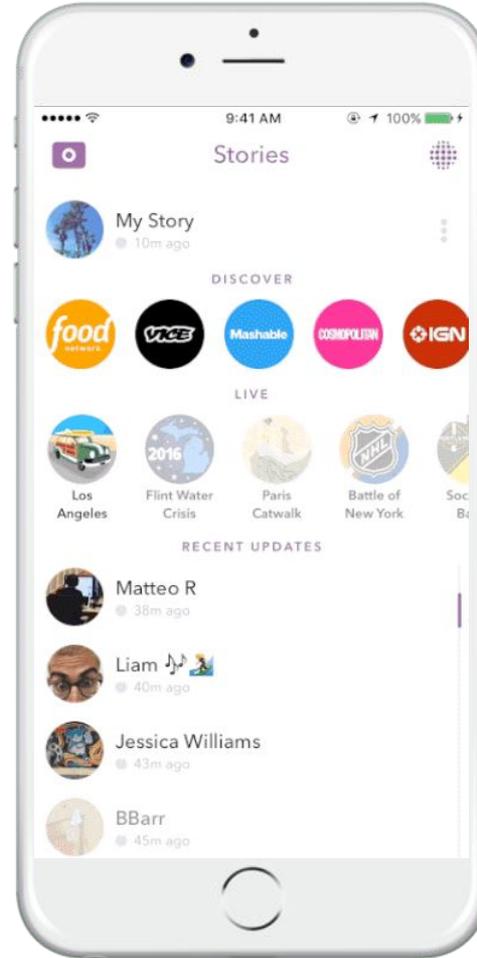
Stories

- Fotos
- Videoschnipsel
- Gestaltung
- 24 Stunden



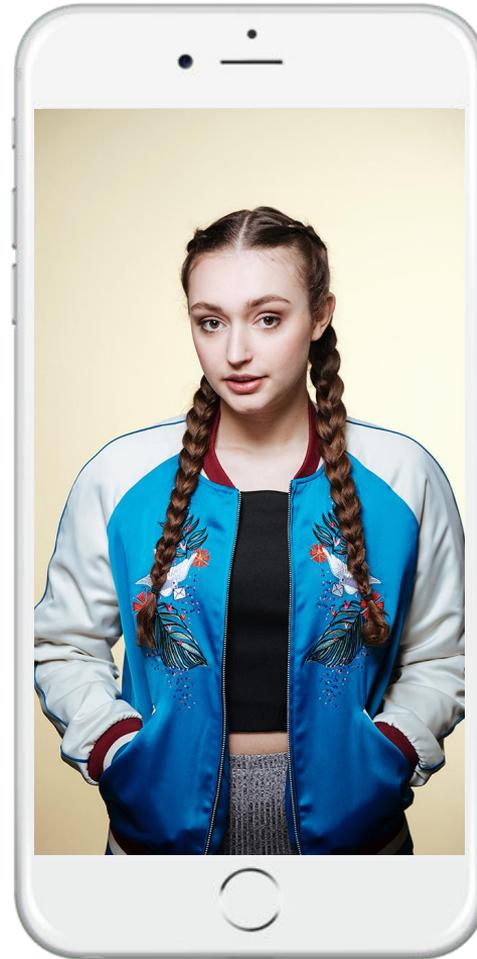
Stories

- Fotos
- Videoschnipsel
- Gestaltung
- 24 Stunden
- "Videotagebuch"



iam.serafina

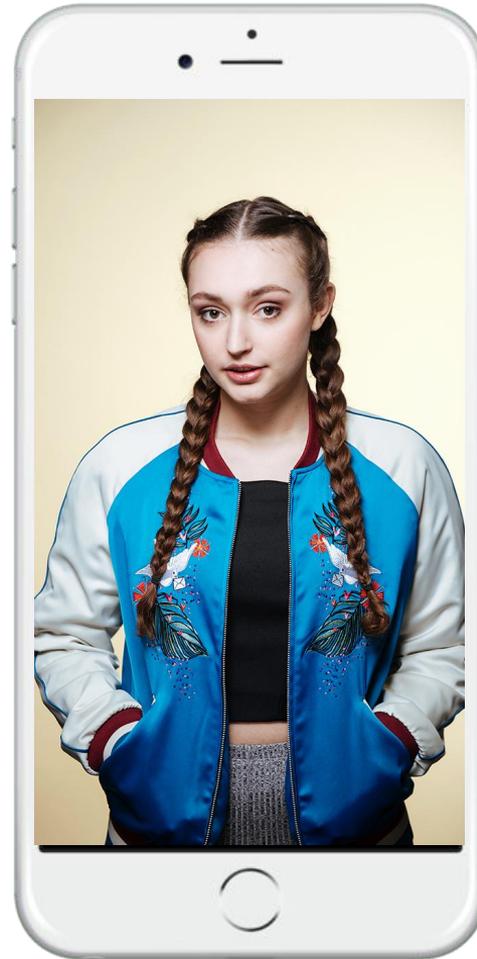
Serie von BR und funk, die die User auf ihrem Handy in Echtzeit durch den Tag begleitet und mit ihnen interagiert.





Stärken

- Authentisch
- Snackable
- Interaktiv
- Mobil
- Jung
- Nah



Für Medien

- Reportagen
- Interaktive Formate
- Eher junge Zielgruppe
- Nähe zur Community
- Potenziell große Reichweite
- Verlinkungen
- Raum für Experimente



Story-Journalismus in 3 Schritten

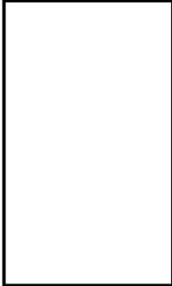
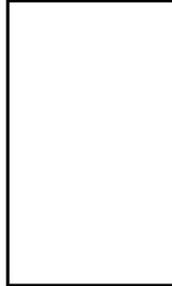
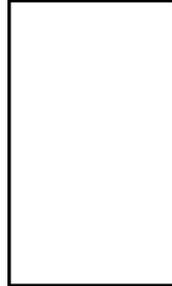
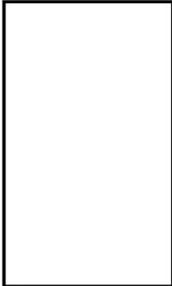
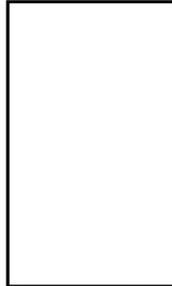
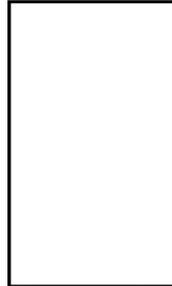
1. Vorbereitung
2. Veröffentlichung
3. Nachbereitung

Vorbereitung

- Idee finden

STORYBOARD

THEMA: _____
DATUM: _____

			
VIDEO <input type="checkbox"/> BILD <input type="checkbox"/>	VIDEO <input type="checkbox"/> BILD <input type="checkbox"/>	VIDEO <input type="checkbox"/> BILD <input type="checkbox"/>	VIDEO <input type="checkbox"/> BILD <input type="checkbox"/>
			
VIDEO <input type="checkbox"/> BILD <input type="checkbox"/>	VIDEO <input type="checkbox"/> BILD <input type="checkbox"/>	VIDEO <input type="checkbox"/> BILD <input type="checkbox"/>	VIDEO <input type="checkbox"/> BILD <input type="checkbox"/>

Vorbereitung

- Idee finden
- Personalisierung?



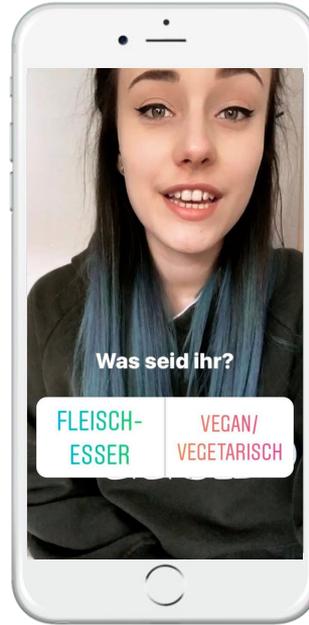
Mit Host



Ohne Host

Vorbereitung

- Idee finden
- Personalisierung?
- Material klären



“Live”



vorproduziert

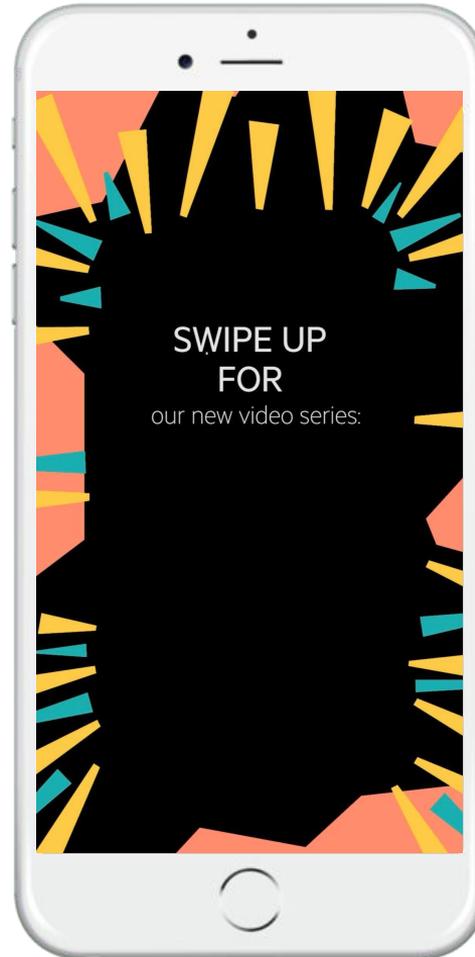
Vorbereitung

- Idee finden
- Personalisierung?
- Material klären
- Skript schreiben

BILD	TEXT	RECHTE
	<i>Hi ich bin der <u>Niklas</u> von PULS und ich hab ne Frage an euch. Wie findet ihr dieses Bild von einem Vulkanausbruch?</i>	
<i><u>würd's</u> liken / nicht so</i>		
	<i>“und das hier?”</i>	
Abstimmung: <i><u>würd's</u> liken / nicht so</i>		

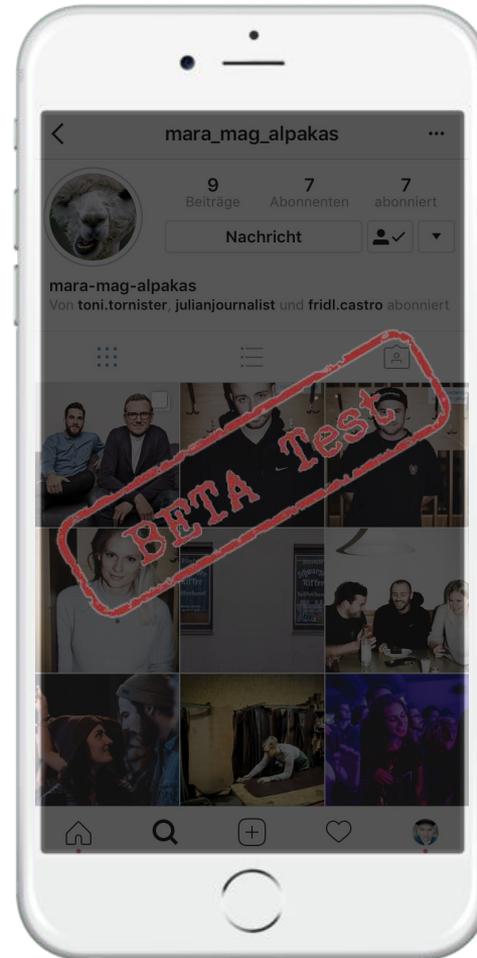
Vorbereitung

- Idee finden
- Personalisierung?
- Material klären
- Skript schreiben
- Grafiken/Animationen produzieren



Vorbereitung

- Idee finden
- Personalisierung?
- Material klären
- Skript schreiben
- Grafiken/Animationen produzieren
- Testen



Story-Journalismus in 3 Schritten

1. Vorbereitung ✓
2. Veröffentlichung
3. Nachbereitung

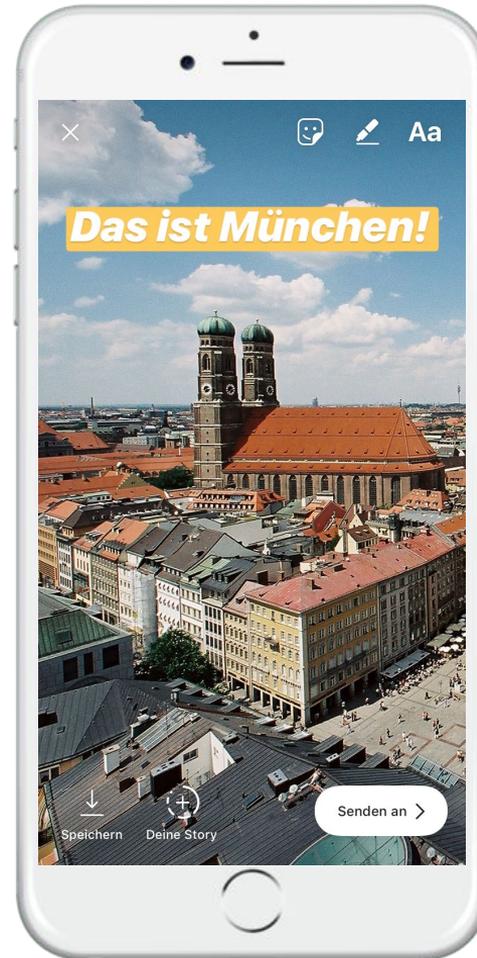
Veröffentlichung

- Bildmaterial



Veröffentlichung

- Bildmaterial
- Text



Veröffentlichung

- Bildmaterial
- Text
- Verlinkungen



Veröffentlichung

- Bildmaterial
- Text
- Verlinkungen
- Hashtags



Veröffentlichung

- Bildmaterial
- Text
- Verlinkungen
- Hashtags
- Ortstags



Veröffentlichung

- Bildmaterial
- Text
- Verlinkungen
- Hashtags
- Ortstags
- Sticker, GIFs etc.



Veröffentlichung

- Bildmaterial
- Text
- Verlinkungen
- Hashtags
- Ortstags
- Sticker, GIFs etc.
- Links



Story-Journalismus in 3 Schritten

1. Vorbereitung ✓
2. Veröffentlichung ✓
3. Nachbereitung

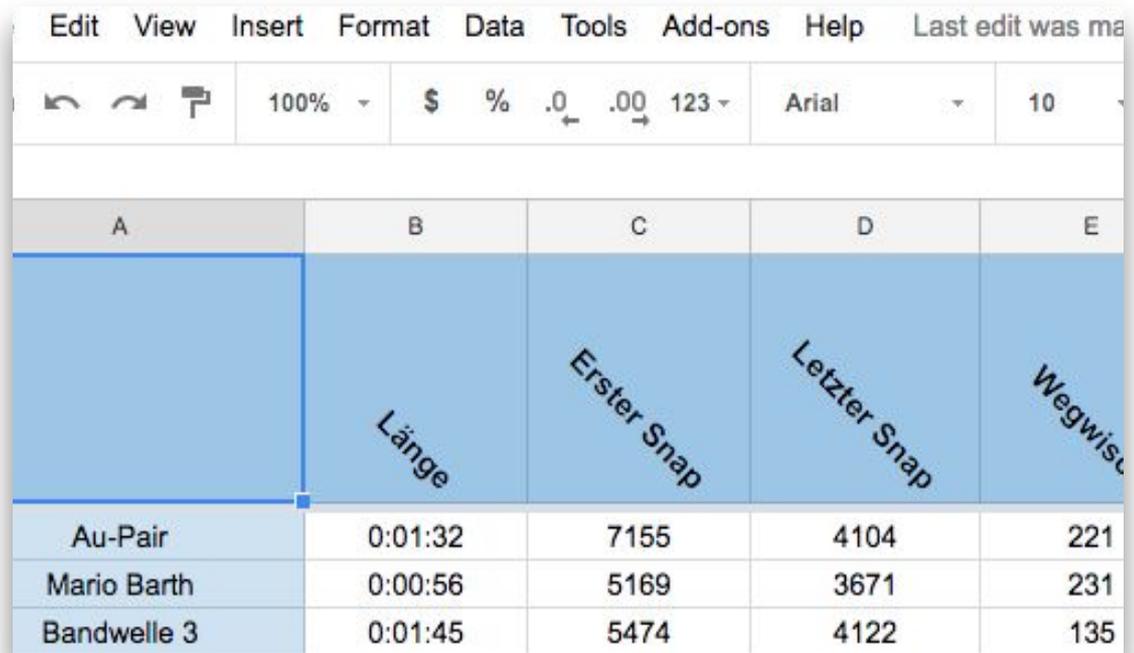
Nachbereitung

- Community Management



Nachbereitung

- Community Management
- Reporting

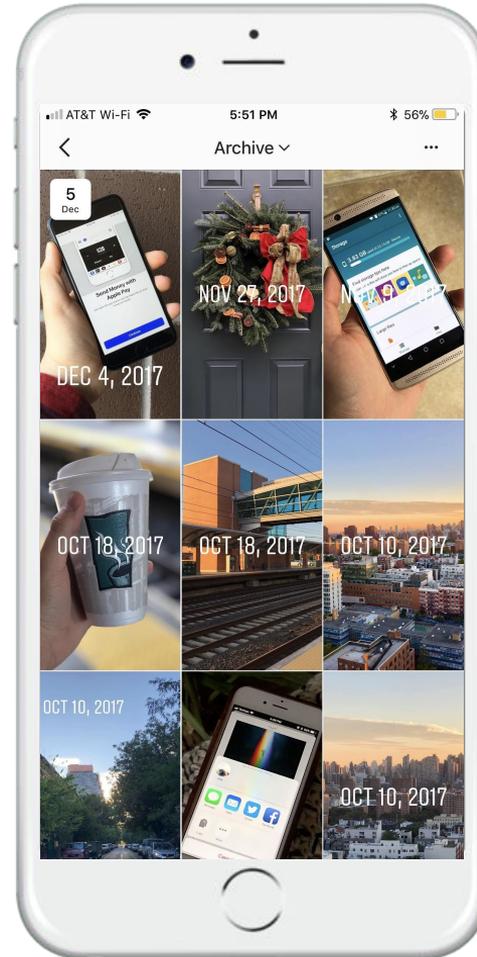


The image shows a screenshot of a spreadsheet application. The menu bar includes 'Edit', 'View', 'Insert', 'Format', 'Data', 'Tools', 'Add-ons', 'Help', and 'Last edit was ma'. The toolbar shows icons for undo, redo, and print, along with settings for zoom (100%), currency symbols (\$, %), decimal places (.0, .00), and font settings (Arial, 10). The spreadsheet has columns labeled A through E. Column A is empty. Column B is labeled 'Länge', column C is 'Erster Snap', column D is 'Letzter Snap', and column E is 'Wegwisc'. The data rows are:

	A	B	C	D	E
		Länge	Erster Snap	Letzter Snap	Wegwisc
	Au-Pair	0:01:32	7155	4104	221
	Mario Barth	0:00:56	5169	3671	231
	Bandwelle 3	0:01:45	5474	4122	135

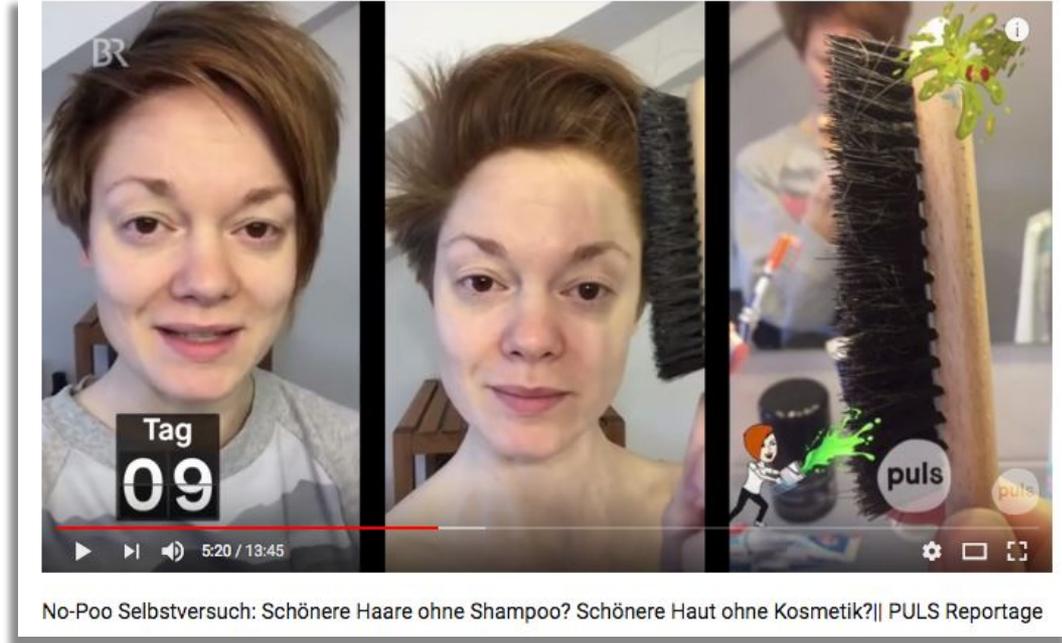
Nachbereitung

- Community Management
- Reporting
- (Archivierung)



Nachbereitung

- Community Management
- Reporting
- (Archivierung)
- Backsell



Story-Journalismus in 3 Schritten

1. Vorbereitung ✓
2. Veröffentlichung ✓
3. Nachbereitung ✓

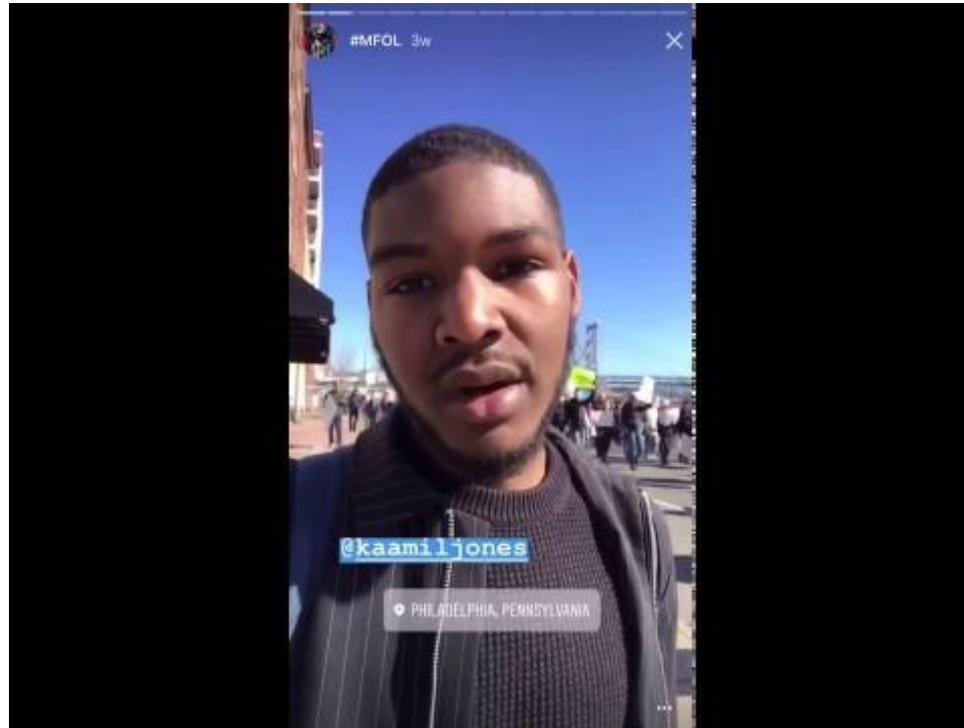
@nytimes

3,5 Millionen Abonnenten



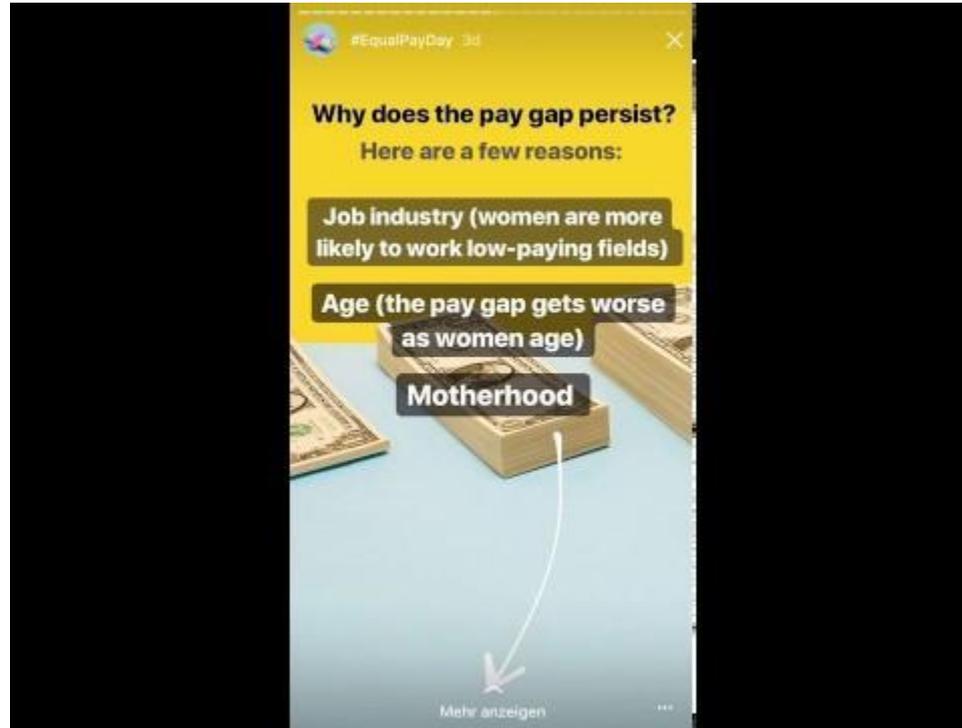
@vice

1,7 Mio. Abonnenten



@nytgender

3.800 Abonnenten



@guardian

910.000 Abonnenten



@maedelsabende

9.000 Abonnenten

Reportage-Format
vom WDR / Frau.tv



@zdfmediathek

3.400 Abonnenten



@deinpuls

19.000 Abonnenten

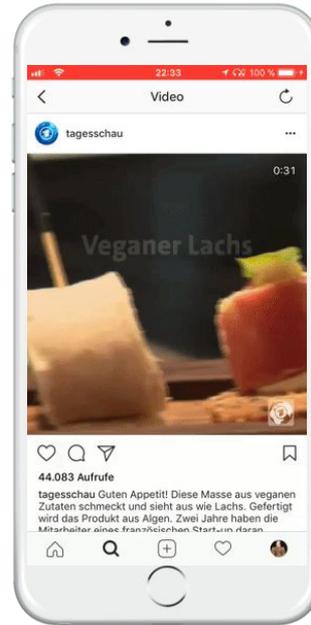


Feed

3 Möglichkeiten



Foto(s)



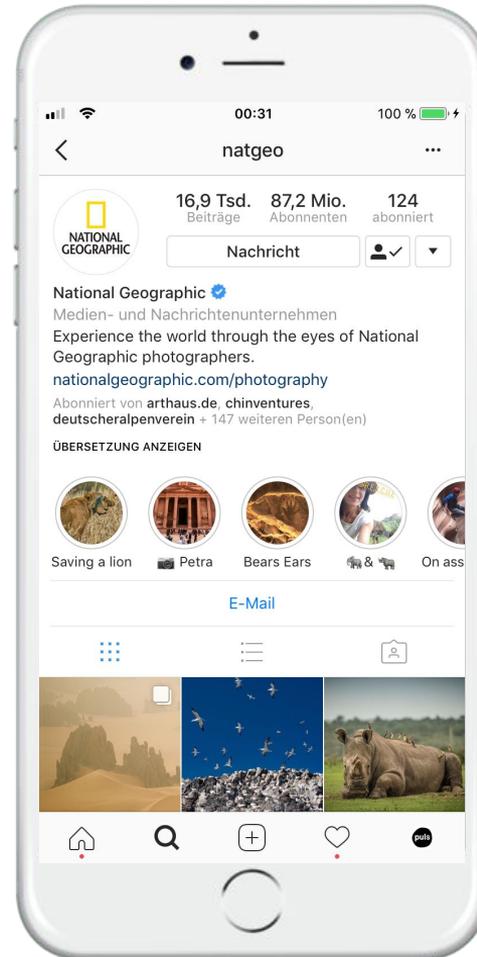
Video



Grafik

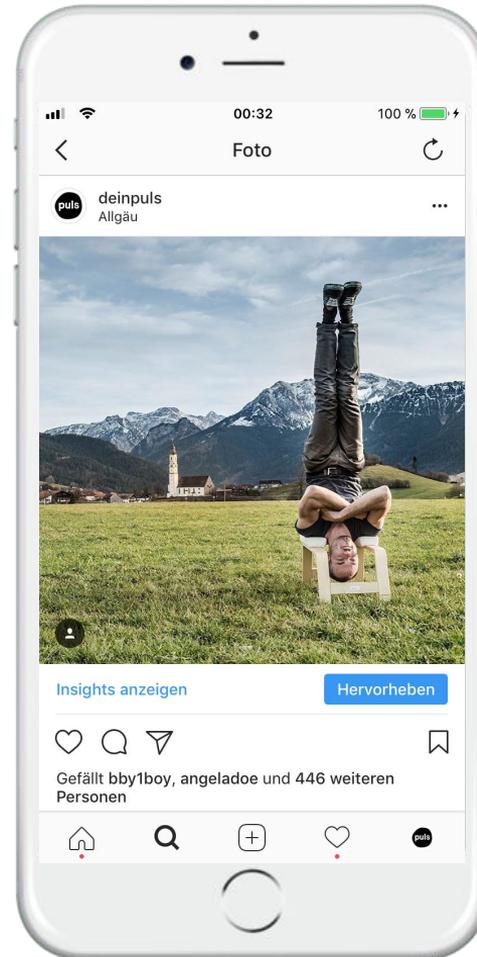
Die "Visitenkarte"

- Klares Kanalversprechen



Die "Visitenkarte"

- Klares Kanalversprechen
- Starke Bilder



Die "Visitenkarte"

- Klares Kanalversprechen
- Starke Bilder



Die "Visitenkarte"

- Klares Kanalversprechen
- Starke Bilder
- Passende Captions



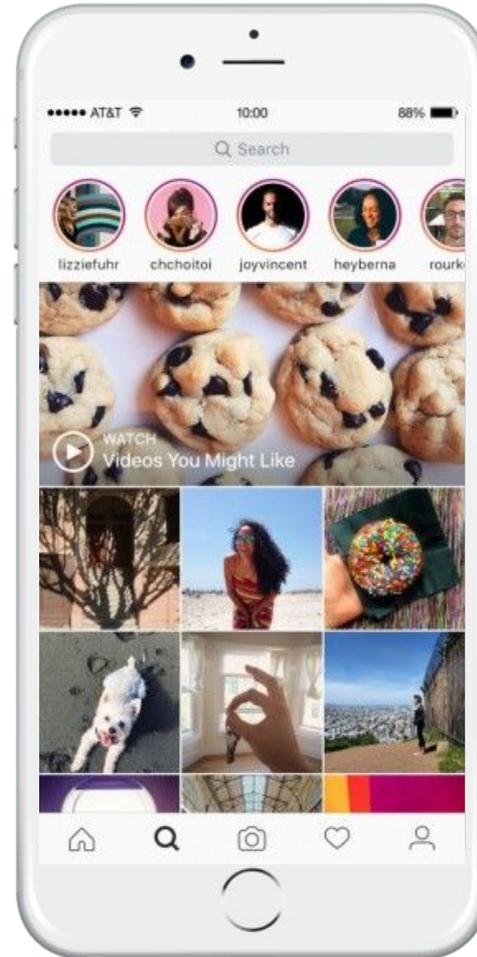
Die "Visitenkarte"

- Klares Kanalversprechen
- Starke Bilder
- Passende Captions
- Einheitlicher Look



Die "Visitenkarte"

- Klares Kanalversprechen
- Starke Bilder
- Passende Captions
- Einheitlicher Look
- große Reichweite möglich



@humansofny

7,7 Mio. Abonnenten

Doku-Projekt aus New York



@humansofny

7,7 Mio. Abonnenten

Doku-Projekt aus New York



@docupy

1.500 Abonnenten

Doku-Projekt vom WDR



@docupy

1.500 Abonnenten

Doku-Projekt vom WDR



@docupy

1.500 Abonnenten

Doku-Projekt vom WDR



@docupy

1.500 Abonnenten

Doku-Projekt vom WDR



@docupy

1.500 Abonnenten

Doku-Projekt vom WDR



@findinghome

22.000 Abonnenten

Doku-Projekt vom TIME Magazine über drei syrische Babies von Geflüchteten



@findinghome

22.000 Abonnenten

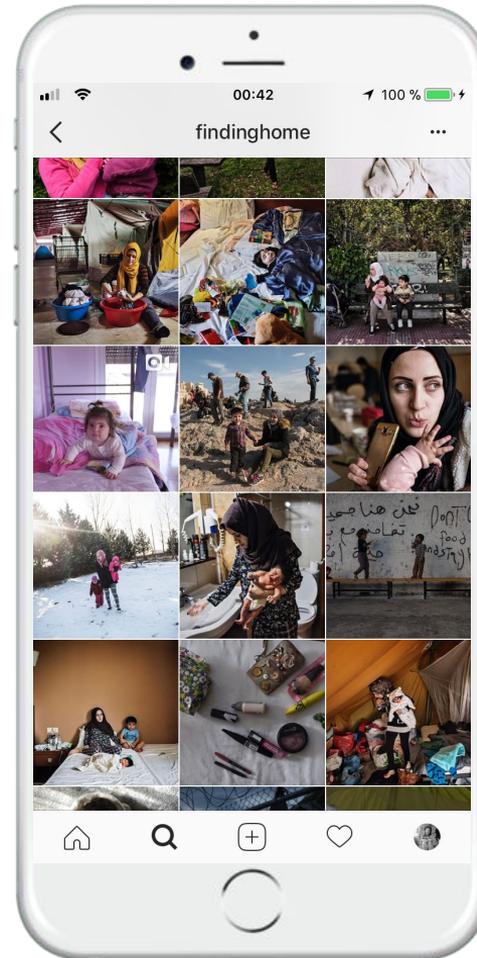
Doku-Projekt vom TIME Magazine über drei syrische Babies von Geflüchteten



@findinghome

22.000 Abonnenten

Doku-Projekt vom TIME Magazine über drei
syrische Babies von Geflüchteten



@guardian

910.000 Abonnenten



Recap

Die wichtigsten Learnings

- Geschichten erzählen geht in Stories, Feed und live.
- Der Feed ist die Visitenkarte für jeden Account.
- Accounts mit klarem Kanalversprechen sind meistens erfolgreicher.
- Stories haben Stärken, die auch Medien nutzen können - und werden immer wichtiger.
- Die Nähe zur Community kann man zum Storytelling nutzen.
- Mit allen Funktionen der App zu spielen, bringt mehr Reichweite.

Links und Tools

- Tipps & Tricks für Stories: "Story School" vom SXSW 2018
<https://www.facebook.com/instagramforbusiness/videos/1354548678007366>
- Tools für Planung und Community Management
<https://hootsuite.com/>
<https://later.com/>
- Monitoring und Konkurrenz-Beobachtung
<http://www.crowdtangle.com/>
- Hashtags
<https://displaypurposes.com/>
<https://hashtagify.me/>

Danke!

Mara Wecker

Mail: mara.wecker@br.de

Telefon: 0173-3790605