

Instagram Advertising

Visuelle Markeninszenierung im direkten Umfeld junger Influencer

Instagram Advertising ist in Deutschland erst seit dem vergangenen Jahr möglich - wurde aber zunächst stark limitiert und war nur wenigen Marken vorbehalten. Nun öffnet Instagram allen Werbenden die Möglichkeit des Advertisings auf der Bildplattform. Ad Formate und differenzierte Targeting-Optionen, die sich bereits durch ihren erfolgreichen Einsatz auf Facebook bewährt haben, wurden adaptiert und schaffen so einen Mehrwert.

Was sind die Neuerung seit den zaghaften Anfängen des Instagram Advertising?

Mit über 300 Mio. aktiven Usern und 300 Mrd. geteilten Fotos war Instagram bereits vor der Übernahme durch Facebook die am stärksten wachsende app-basierte Community. Die Plattform hat, im Vergleich zu anderen Social-Media-Kanälen, auch für Werbende massiv an Bedeutung gewonnen. Der Grad der Interaktionen der User mit den Marken ist auf Instagram um einiges höher als auf Twitter oder sogar Facebook. Bisher konnten allerdings nur wenige Marken erste Ads auf Instagram schalten. Die Einbuchung erfolgte ausschließlich in der direkten Absprache mit Instagram und unter Berücksichtigung eines entsprechenden Mindestbudgets von 50 k€.

Im August diesen Jahres öffnete Instagram seine technische Schnittstelle, so dass nun Werbende die Ads direkt über die Facebook-eigenen Anzeigensysteme oder über Drittanbieter-Tools (z.B. Esome) schalten können. Darüber hinaus erweiterte Instagram nach und nach das Portfolio - neben den Ads zur Generierung von Klicks oder App-Installation, besteht seit September die Möglichkeit Video Ads (max. 30") zu schalten. Optional lässt sich ein Call-to-Action-Button für weiterführende Informationen integrieren. Die Formate sind direkt auf die Zielerfüllung von Kampagnen (Traffic-Generierung, Video Views und Mobile App Installierung) zugeschnitten.



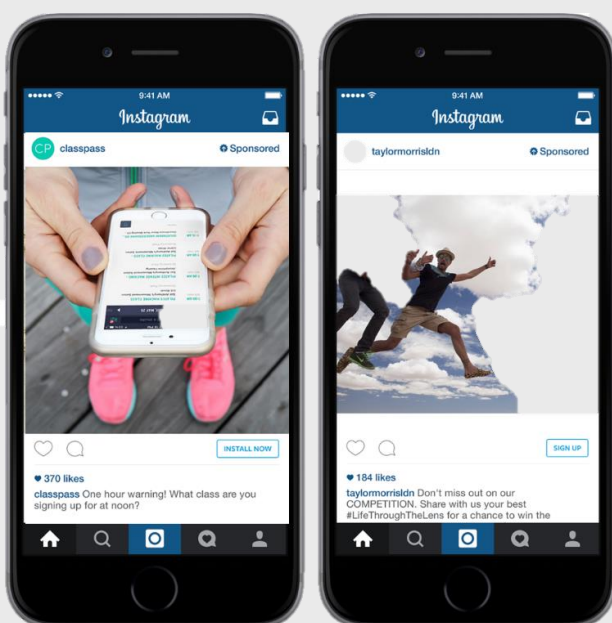
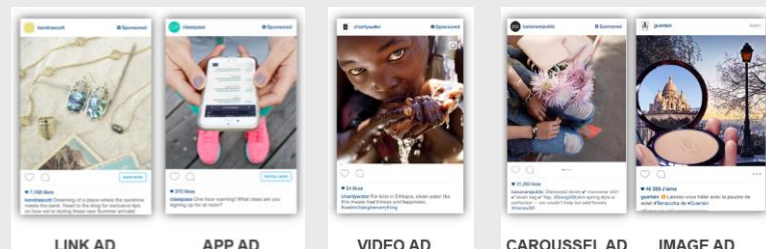
Zur gezielten Zielgruppenansprache wurden auch die Targeting-Möglichkeiten stark vorangetrieben. Konnten bislang nur demographische Kriterien (Geschlecht & zwei Altersgruppen 18-24 oder 18-39) gedeckt werden, so ist nun ein breites Spektrum an Interessens-Targeting möglich. Hier greifen die von Facebook adaptierten Targeting-Mechanismen. Auf Hashtags zu targeten, ähnlich wie bei Twitter, ist aktuell nicht möglich.

Ad Units Roll-Out

August
Website Clicks
Mobile App Promotion

September
Video

Q4
Website Conversions
Post Engagement
Reach & Frequency



Welchen Mehrwert bringt Instagram Advertising?

Mit einer hohen Affinität in der Influencer Zielgruppe, basierend auf der visuellen Kraft des Netzwerkes, bietet Instagram die perfekte Bühne für einen starken Markenaufbau. Besonders für Brands aus den Bereichen Lifestyle, Mode, Essen, Telekommunikation, Travel und Sport schafft Instagram die Möglichkeit einer überzeugenden Inszenierung. Die User sind gezielt auf der Suche nach Inspirationen, Trends und offen für besondere und exklusive Markenauftritte, vor allem da die Plattform bisher noch nicht mit werblichen Formaten überschwemmt ist.

Instagram Advertising bietet attraktive Lösungen, um den Aufbau der Reichweiten in der jungen Zielgruppe zu maximieren und um Interaktionen zwischen Marke und User zu schaffen. Vor allem die Möglichkeit des visuellen sequenziellen Story-Tellings auf Instagram stärkt die Markenbindung des Users.