

INSTACLOPEDIA

VIDEO-TIPP "WIE FUNKTIONIERT INSTAGRAM?":
[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=V618UCAUKY](https://www.youtube.com/watch?v=V618UCAUKY)

INSTAGRAM/ „INSTA“

Ein soziales Netzwerk wie Facebook, YouTube oder TikTok. Dieses wird von Personen oder Unternehmen genutzt, um Fotos und Videos zu veröffentlichen und diese dadurch mit anderen Nutzer*innen zu teilen. Unter Jugendlichen wird Instagram häufig auch mit dem Wort „Insta“ abgekürzt.

(STARTSEITEN-) FEED

Das „Futter“ des Accounts; also alle Beiträge, die ein*e Nutzer*in auf der Startseite sieht. Das können eigene Posts, Posts von anderen Nutzer*innen, mit denen man verknüpft ist, Nachrichten- oder Werbeposts sein.

KOMMENTAR

Durch Kommentare kann man in Schriftform und öffentlich auf Posts reagieren. Einzige Ausnahme: Die*Der Verfasser*in hat die Funktion vor der Veröffentlichung ausgestellt.

USER*INNEN

Nutzer*innen sozialer Netzwerke. Sie sind dort aktiv und konsumieren und/oder erstellen Content.

POST/FEEDBEITRAG

Ein Post oder Feedbeitrag ist ein im Feed (siehe „Feed“) veröffentlichtes Foto oder Video. Feedbeiträge können durch eine Caption (siehe „Caption“) ergänzt werden. Reine Textbeiträge sind nicht möglich. Oft werden die Fotos oder Videos vor dem Veröffentlichen durch Filter (siehe „Filter“) bearbeitet. Anders als Stories (siehe „Story“) sind Posts dauerhaft zu finden - solange sie nicht durch diejenige*denjenigen, die*der sie gepostet hat, gelöscht werden.

CONTENT

Die Gesamtheit der Inhalte, die eine Person oder ein Unternehmen postet.

FOOTER

Der untere Textabschnitt der Caption. Meist wird der Footer für Hashtags (siehe „Hashtag“) genutzt.

PROFIL (UND PROFILBILD)

Die Seite, auf der sich User*innen (Privatperson oder Unternehmen) präsentieren. Das Profil besteht aus dem Usernamen, den sich Nutzer*innen bei der Anmeldung geben und unter dem sie von anderen gefunden werden können, einem Profilbild und der Biografie (siehe „Bio“).

CAPTION

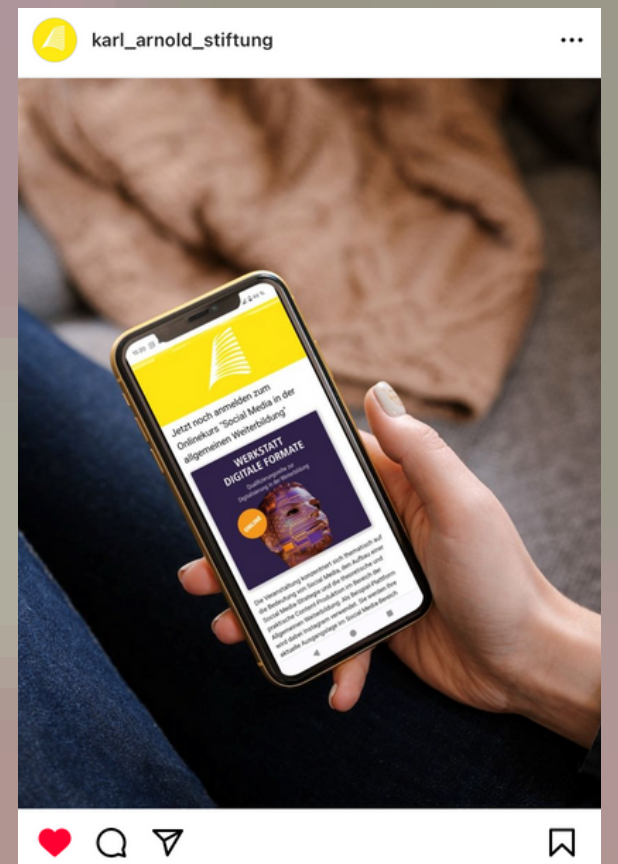
Eine kurze Bild-/Video-unterschrift, die auf das dargestellte Foto oder Video eines Posts eingeht oder es ergänzt.

HASHTAG

Besteht aus einer Raute (#) und einem oder mehreren aneinandergereihten Wörtern. Diese Wörter sind Schlagworte, die zum Auffinden von Beiträgen dienlich sind.

FOLLOWER*INNEN

Personen, die einer Person oder einem Unternehmen „folgen“, deren/dessen Inhalte sie interessant finden. So werden ihnen öfter Posts von ihr*ihm angezeigt. Auch: „Abonnent*innen“.



#nochniegehört
#easy
#karlarnold



INSTACLOPEDIA

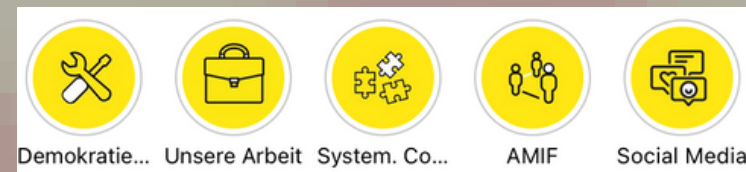
STORY

Ein Beitrag, der nur 24 Stunden für die Follower*innen online ist. Stories tauchen nicht im Feed auf. Man kann sie nur durch Klick auf das Profilbild einer Person/eines Unternehmens aufrufen. User*innen teilen über diese Funktion oft Eindrücke kurzfristiger Ereignisse (z. B. Geburtstag, Treffen mit Freunden).



HIGHLIGHT

Stories (siehe „Story“) können unterhalb der Bio (siehe „Bio“) in so genannten Highlights gespeichert werden. Diese Highlights dienen dem Ziel, abgelaufene Stories in selbst erstellten Sammlungen (z. B. „Unsere Arbeit“, „Unsere Angebote“, etc.) rückblickend für andere User*innen zugänglich zu machen.



EMOJI

Ein Smiley/Piktogramm, das Texte (z. B. Caption oder Kommentare) ergänzt.

REPOST

Eine Story, in der man den Feedbeitrag oder die Story einer anderen Person oder eines anderen Unternehmens „erneut“ veröffentlicht. Empfindet ein*e User*in einen Beitrag oder eine Story als besonders sehenswert, kann sie*er diese so mit ihren*seinen Follower*innen teilen.

REEL

Ein Reel ist ein Kurzvideo mit einer begrenzten Länge. Reels werden gern für unterhaltsame und abwechslungsreiche Inhalte genutzt. Häufig werden sie aus vielen Teilsequenzen zusammengeschnitten und mit Musik und/oder Text versehen.

FILTER

Effekte zur Nachbearbeitung wie Bild- oder Videoeffekte, Farbfilter, Weichzeichner, etc. Für Business-Accounts: Sie sind auch als Teil einer Marketingstrategie denkbar, indem man allen grafischen Inhalte durch den gleichen Filter einen einheitlichen Look verleiht. So lässt sich der Wiedererkennungswert steigern.

DM – DIRECT MESSAGE

Eine „direkte“ Nachricht, die nur die*der Empfänger*in sehen kann. Auch bekannt als Private Nachricht (PM).

LIKE/GEFÄLLT MIR

Ein Klick auf das Herz-Symbol unter Beiträgen, Stories und Reels drückt aus, dass einem der Inhalt gefällt. Man vergibt also ein „Like“ oder ein „Gefällt mir“. Das Verb „mögen“ (mögen) wird ebenfalls häufig verwendet.

BIO (BIOGRAFIE)

Eine „Bio“ kann für private oder kommerzielle Zwecke genutzt werden. Privat wird eine Biografie gern genutzt, um sich vorzustellen. Dabei werden häufig Stammdaten wie der echte Vorname, das Alter oder der Wohnort angegeben. Viele User*innen werden dort auch kreativ und bauen Hashtags, Witze oder Zitate ein.

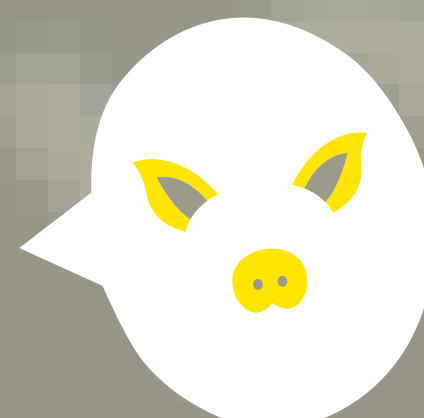
MARKIERUNG/ TAG

@karl_arnold_stiftung

In eigenen Beiträgen oder in Kommentaren kann man andere Nutzer*innen markieren bzw. „taggen“. Die markierten Personen bekommen bei der Veröffentlichung eine gesonderte Benachrichtigung, sodass sie den Beitrag nicht verpassen. Andersrum kann man selbst von anderen natürlich auch „getaggt“/markiert werden.

SHITSTORM

Viele kritische/negative Kommentare innerhalb kurzer Zeit als Reaktion auf einen oder mehrere Posts.



INFORMATIONSQUELLEN

jetztvernetzt, <https://jetztvernetzt.ch/2021/03/08/das-glossar-fuer-instagram/>;
Alucare, <https://www.alucare.fr/de/lexiko-instagram-alle-wörter-kennen/>;



Weiternutzung als OER ausdrücklich erlaubt: Dieses Werk und dessen Inhalte sind lizenziert unter CC BY-SA 4.0. Nennung gemäß TULLU-Regel bitte wie folgt: "Instaclopedia" von der Karl-Arnold-Stiftung, Lizenz: CC BY-SA 4.0.

INSTACLOPEDIA

BUSINESS EDITION

BUSINESS ACCOUNT

Auf Instagram lassen sich neben privaten auch geschäftliche Accounts anlegen. Der Vorteil solcher Accounts ist, dass Statistiken zum Nutzungsverhalten der Follower*innen ausgegeben werden. (Siehe "Insights")

PROMOTIONS

Mit einem Business Account lassen sich Werbeanzeigen schalten und dadurch mehr Reichweite (siehe "Reichweite") generieren. Um möglichst genau die Personen zu erreichen, die sich für deine Inhalte interessieren könnten, hast du auch hier die Möglichkeit, deine Zielgruppen und viele weitere Parameter zu definieren.

INFLUENCER*IN

Als Influencer*innen bezeichnet man User*innen, die über eine mehr oder weniger große Reichweite (siehe "Reichweite") in den sozialen Medien verfügen und dadurch Aufmerksamkeit für bestimmte Themen, Trends und Produkte schaffen können. Influencer*innen können auch hauptberuflich in den sozialen Medien tätig sein.

INSIGHTS

Statistikanalyse eines Business Accounts. In diesem Bereich wird u. a. angezeigt, wann Follower*innen online sind und welche Beiträge bei ihnen am besten ankommen.

ENGAGEMENT

Alle Interaktionen mit einem Post: Kommentare, Likes, Reposts, etc.

AUDIENCE

Die Audience ist, kurz gesagt, das Publikum bzw. die Zielgruppe, die über Social-Media-Kanäle erreicht wird. Dazu gehören alle User*innen, die Beiträge einer Person/eines Unternehmens angezeigt bekommen, ob sie dieser/diesem bereits folgen oder nicht. Eine große Audience maximiert die Markenbekanntheit.

REICHWEITE

Personen, die einen Beitrag gesehen haben.
(Reichweite = 100 -> 100 Personen wurden erreicht.)



AD / ADS (ADVERTISEMENT)

Werbung oder Anzeige

ENGAGEMENT RATE

Formel, die Anzahl an Interaktionen misst (meist im Verhältnis zur Reichweite).

CALL TO ACTION (CTA)

Aufforderung zur Handlung in Beiträgen (z. B. "Teile deinen Lieblingsbeitrag von der Instagramseite der Karl-Arnold-Stiftung!")

IMPRESSIONEN

Sie geben an, wie oft ein Beitrag gesehen wurde. Wenn Personen den Beitrag öfter angucken, steigt ebenfalls die Anzahl der Impressionen. (Impressionen = 300 -> 300 Mal wurde der Beitrag angesehen, vielleicht aber nur von 200 Personen.)

BIO(BIOGRAFIE)

Eine „Bio“ kann für private oder kommerzielle Zwecke genutzt werden. Was eine Bio ist, haben wir bereits erklärt. Business Accounts nutzen die Bio häufig, um Ziele und Absichten auszudrücken (z. B. "Wir bieten günstige Onlinekurse zu verschiedenen Themen"). Auch Links (z. B. zur Webseite) können dort hinterlegt werden.

INFORMATIONSQUELLEN

jetztvernetzt, <https://jetztvernetzt.ch/2021/03/08/das-glossar-fuer-instagram/>;
Alucare, <https://www.alucare.fr/de/lexiko-instagram-alle-worter-kennen/>;



Weiternutzung als OER ausdrücklich erlaubt: Dieses Werk und dessen Inhalte sind lizenziert unter CC BY-SA 4.0. Nennung gemäß TULLU-Regel bitte wie folgt: "Instaclopedia" von der Karl-Arnold-Stiftung, Lizenz: CC BY-SA 4.0.



Karl-Arnold-Stiftung e.V.