



# LEITFADEN

## PRAXISEINSTIEG INSTAGRAM FÜR UNTERNEHMEN

WIE SIE IHR UNTERNEHMEN AUF INSTAGRAM ALS  
ATTRAKTIVE ARBEITGEBERMARKE POSITIONIEREN,  
UM WEIBLICHE FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTE ZU  
GEWINNEN.



Unternehmen wandeln  
& frauenfreundliche  
Betriebe auszeichnen

Im Fokus der Arbeit des Kompetenzzentrums Frau und Beruf Münsterland steht die Fachkräftesicherung in kleinen und mittelständischen Unternehmen durch die Gewinnung, Bindung und Förderung von qualifizierten weiblichen Fachkräften.

Gefördert durch:

Ministerium für Heimat, Kommunales,  
Bau und Gleichstellung  
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

Getragen von:

**HWK**  
HANDWERKSKAMMER  
MÜNSTER

In Kooperation mit:

**FFP** Forschungszentrum  
Familienbewusste Personalpolitik

In Zusammenarbeit mit:

 **husare**



## Was ist Instagram?

Instagram ist ein kostenloses soziales Netzwerk, das zum Facebook-Konzern gehört und bei dem die Mitglieder Bilder und Videos hochladen können, um sie entweder der ganzen Welt, nur ihren ausgewählten Abonnenten oder lediglich einigen engen Freunden zu zeigen. Zu jedem Bild, welches auf Instagram veröffentlicht wird, gehört eine kleine Bildbeschreibung und eine Aufreihung von Hashtags<sup>1</sup>, welche das Posting besser auffindbar machen. Die Teilnahme darf erst ab einem Alter von 13 Jahren erfolgen. Instagram gibt es als App und als Webversion, wobei bei letzterem keine Inhalte erstellt werden können. Jedes Mitglied hat bei Instagram einen persönlichen und einmaligen Benutzernamen, unter dem es auch dort zu finden ist. Instagram ist kostenlos und wird rein über Werbeanzeigen finanziert.

Quelle: giga.de

## Fakten

**21 Millionen  
Nutzer in  
Deutschland**

**38% rufen  
die App  
mehrmals  
täglich auf**

**1/3 der am meisten  
angezeigten Stories  
sind von  
Unternehmen**

**18 Millionen  
Deutsche nutzen  
die Stories**

**90% der Nutzer  
folgen einem  
Unternehmens-  
profil**

Quelle: Instagram

<sup>1</sup> Schlagwort, das mittels des Rautenzeichens als potentieller Suchbegriff markiert wird.



## Mitarbeitergewinnung der Generation Z

### Vorteile von Social Media Recruiting<sup>1</sup> sind:



- Direkte Interaktion mit Bewerbern möglich
- Bewerber recherchieren über soziale Netzwerke nach Unternehmen
- Sie "vermenschlichen" Ihr Unternehmen
- Authentischer Einblick in die Unternehmenskultur
- Abgrenzung von anderen Arbeitgebern

Die Generation Z, auch Gen Z abgekürzt, umfasst alle Geburtsjahrgänge ab 1997 bis ca. 2010. Sie stellt die Nachfolgeneration der Millennials, auch Generation Y genannt, dar, welche zwischen 1981 und 1996 geboren sind. Die junge Generation bringt völlig neue Eigenschaften und Merkmale mit sich, die vor allem das Aufwachsen in einer digitalisierten Welt kennzeichnen.

## Gewinnung weiblicher Fachkräfte

Um weibliche Fachkräfte für das eigene Unternehmen zu gewinnen, sollten Themen transportiert werden, welche weibliche Fach- und Führungskräfte beschäftigen: Zum Beispiel flexible Arbeitszeiten oder Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

### Welche Stärken hat Ihr Unternehmen?



- Familienbewusstsein und Frauenfreundlichkeit
- Flexible Arbeitszeiten
- Mobiles Arbeiten möglich
- Gemischte Teams vorstellen
- Geschichten aus dem Joballtag erzählen
- Geschlechtergleichberechtigung zeigen

### Wie können die Themen visualisiert werden?



- Persönliche Stories von Mitarbeiterinnen hochladen
- Mitarbeiterinnen im Arbeitsalltag zeigen
- Kurze Interviews mit Mitarbeiterinnen zu Arbeitszeiten und Familienbewusstsein

<sup>1</sup> Maßnahmen über soziale Medien neue Mitarbeiter zu gewinnen



## Grundfunktionen von Instagram



### Feed

- Aushängeschild des Kanals
- Bilder werden nach Datum in 3er Reihen sortiert
- Einheitlicher Feed ist wichtig
- Klare Stimmung sollte vermittelt werden
- Bspw. Gliederung nach Themen
- Teilen von Bildern und kurzen Videos bis zu 60 sec möglich
- Bearbeitungstools wie Licht, Kontrast und verschiedene Filter



### Reels

- Bis zu 15-sekündige unterhaltsame Clips
- Bearbeitung mit Tönen, Effekten und Kreativtools
- Über den Explore Button<sup>4</sup> mit gesamter Instagram Community teilen
- Erstellung über Instagram Kamera
- Bearbeitung mit Audio, Augmented Reality Effekten, Timer, Übergängen und Tempoänderung



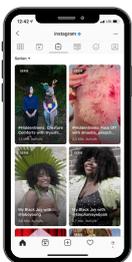
### Story

- 24 Stunden für Abonnenten sichtbar
- Versch. Video-Funktionen (Boomerang, Superzoom, Foto und Live)
- Teilweise speicherbar in den Highlights<sup>1</sup>
- Swipe Up-Links<sup>2</sup> (erst ab 10.000 Abonnenten)
- Bearbeitung mit Stickers, Text, GIF, Standort, Hashtag, Temperatur, Umfrage, Musik, Uhrzeit, Datum, Frage und Stimmungs-Slider möglich



### Markierungen

- In Beiträgen kann der angemeldete Benutzer andere Personen, welche auch ein Instagram-Profil besitzen, markieren
- Unter der Rubrik "Markierungen", werden alle Beiträge gesammelt, in denen der angemeldete Benutzer markiert wurde
- Um jemanden zu markieren, muss vor den Benutzernamen ein @ stehen



### IGTV

- Teilen von langen Videos bis zu 60 min möglich
- Titelbild und Name lässt sich festlegen
- Video nur im Hochkantformat sinnvoll
- Umfassenden, nutzerorientierten Content<sup>3</sup>
- Transport von Markenbotschaft und Unternehmensphilosophie



### Insights

- Kostenloses und integriertes Analysetool für Unternehmenskonten
- Statistiken zu Abonnenten, Profil und Beiträgen
- Beworbene Beiträge haben zudem den Reiter "Promotion"
- Zielgruppe kann mithilfe dieser Funktion erkannt werden



<sup>1</sup>Sammlung von bereits erstellten Stories

<sup>2</sup>klickbare Links, welche in die Story eingebunden werden können

<sup>3</sup>Inhalte

<sup>4</sup>Bereich, in dem einem Beiträge von anderen Usern angezeigt werden



## Was sind Hashtags?

Der Begriff Hashtag kombiniert die beiden englischen Wörter "hash" und "tag". Während letzteres übersetzt für "Schlagwort" steht, bezieht sich "hash" auf das Doppelkreuz (#).

- Ein Hashtag ist also ein Stichwort, das durch ein Raute-Symbol vom übrigen Text abgehoben wird. Meistens stehen diese Begriffe am Ende des Post.
- User geben damit ihren Posts eine thematische Zuweisung. Bei Instagram wird der Beitrag dadurch in die Suche integriert. Das heißt: Andere Nutzer finden Ihren Post, wenn sie nach dem Hashtag suchen.
- Um selbst einen Hashtag zu verwenden, müssen Sie das gewünschte Wort nur mit einem Doppelkreuz versehen, zum Beispiel "#competentia". Achten Sie darauf, dass sich zwischen Zeichen und Begriff kein Leerzeichen befindet.

Quelle: chip.de

## Beispiel-Hashtags für folgendes Bild



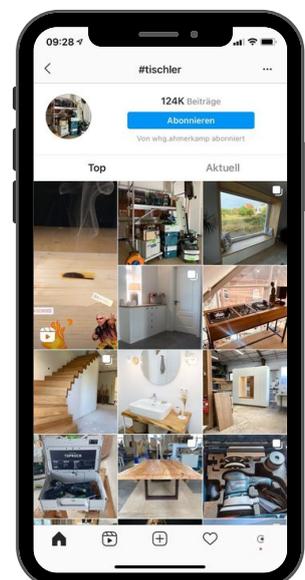
#tischlerin #schreinerin #werkzeug #handwerk #woodworker  
#handmade #interiordesign #möbeldesign #werkstatt #furniture  
#handwerkskunst #design #woodwork #innenausbau #diy #wood  
#holz

Etwa 9 Hashtags sollte man pro Beitrag benutzen, damit dieser von anderen Nutzern über die Suche gefunden werden kann.

## Wie finde ich die Hashtags?

1. Geben Sie in die Instagram-Suchmaske zunächst eine Raute ein und beginnen Sie, Ihren Suchbegriff zu schreiben.
2. Instagram wird nun Wörter vorschlagen. Scrollen Sie durch die Liste.
3. Hinter dem Hashtag wird auch die Anzahl der Posts angezeigt: Hashtags mit mehr als ein paar und weniger als einigen Millionen Beiträgen könnten genau das Richtige für Sie sein.
4. Wählen Sie einen vielversprechenden Hashtag aus. Sie sehen eine Übersicht von beliebten Posts mit diesem Hashtag.
5. Klicken Sie auf ein Foto, das Ihnen zusagt. Instagram erlaubt bis zu 30 Hashtags je Post. Ein Treffer kann sich als wahre Goldgrube erweisen; wenn es weitere thematisch passende Hashtags hat, können Sie diese nach und nach durchgehen.

Quelle: chip.de





## Vorteile eines Unternehmenskontos

- Echtzeit-Kennzahlen erhalten, wie Stories und hervorgehobene Beiträge im Tagesverlauf abschneiden.
- Einblicke zu Abonnenten und zu Interaktion mit Beiträgen und Stories erhalten.
- Informationen zum Unternehmen ergänzen, z. B. Geschäftszeiten, Standort oder Telefonnummer.
- Innerhalb der App-Kontoeinstellungen eine Umstellung auf ein Unternehmenskonto vornehmen.

Quelle: Instagram

## Hilfreiche Links

- 🔗 Wie erstelle ich ein Unternehmenskonto?
- 🔗 Schritt für Schritt Anleitung Instagram
- 🔗 Werbung auf Instagram
- 🔗 Hashtag-Finder



 **Folgen Sie uns:  
Competentia\_muensterland  
auf Instagram**



## FRAGEN & KONTAKT

Ihre Fragen zum Thema beantwortet im  
Kompetenzzentrum Frau & Beruf Münsterland gerne  
Lena Muckermann | [competentia.muckermann@hwk-muenster.de](mailto:competentia.muckermann@hwk-muenster.de) | 0251 5203-113

Gefördert durch:

Ministerium für Heimat, Kommunales,  
Bau und Gleichstellung  
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

Getragen von:



In Kooperation mit:



In Zusammenarbeit mit:

