Werbung auf Instagram

Zielgruppengenau Werbung schalten!

Sie wollen ein (neues) Vereinsangebot bekannt machen, Abonnenten für den Vereins-Newsletter gewinnen, eine Vereinsveranstaltung bewerben oder Besucher*innen auf die Vereins-Homepage leiten? Mit zielgenauer Werbung auf Instagram können diese Ziele erreicht werden.

Welche Werbeformate bietet Instagram (u.a.)?

1.) Post Ads (Beitrag als Anzeige im Newsfeed)

Man kann einen beliebigen, bereits veröffentlichten Instagram-Beitrag bewerben und als Anzeige im Feed der Instagram-Nutzer*innen platzieren.

2.) Stories Ads

Bei den Instagram Stories Ads wird Werbung im Vollbildmodus zwischen den Instagram Stories angezeigt, die die Instagram-Nutzer*innen aufrufen.

Bei den Stories Ads stehen alle Funktionen der Instagram Stories zur Verfügung, wie diverse Filter und Effekte.

Gut gemachte Instagram Stories Ads sind kaum von normalen Stories zu unterscheiden.

Tipp: Regen Sie in den Ads zur Interaktion an, z.B. indem die Nutzer*innen auf die Story tippen und dadurch zur Vereins-Homepage, zur Anmeldung für eine Vereinsveranstaltung oder zum Fan- oder Ticketshop des Vereins gelangen.

3.) Reels Ads

Instagram Reels Ads sind kurze Videos, die den Nutzer*innen zwischen den ihnen angezeigten, organischen **Reels** eingeblendet werden. Reels Ads sind max. 60 Sekunden lang.

4.) Video Ads

Video Ads sind (kurze) Werbevideos, die im Feed der Instagram-Nutzer*innen eingeblendet werden.

Je kürzer ein Video, umso besser. Die ersten 2-3 Sekunden sind entscheidend, um die Aufmerksamkeit der Zuschauer*innen zu wecken.

5.) Foto Ads

Mit eigens für Werbezwecke gestalteten Foto-Anzeigen können Sie Ihren Verein oder einzelne Angebote des Vereins (z.B. eine Vereinsveranstaltung oder ein Kursangebot) mit attraktiven Bildern bewerben.

6.) Carousel Ads

In einem Carousel Ad werden mehrere Bilder (max. 10) oder Videos in eine Werbeanzeige integriert.

Mit Carousel Ads lässt sich ein Überblick über die verschiedenen Angebote (Sportarten, Kurse) des Vereins vermitteln.

Die Nutzer*innen wischen durch die Bilder bzw. Videos und erhalten dadurch einen umfassenden Einblick in die Vereinsangebote.

7.) Collection Ads

Bei den Collection Ads werden Bilder und Videos mit einer E-Commerce-Funktion kombiniert. Eine Collection Ad im Instagram-Feed besteht aus einem Titelbild oder -video sowie drei Bildern. Wenn Nutzer*innen die Collection-Anzeige anklicken, werden diese an eine Instagram Instant Experience Storefront weitergeleitet. Die Instant Experience ist eine Landingpage im Vollbildformat, die Interaktion und Kaufinteresse (z.B. Fanartikeln des Vereins) fördert.

Anzeigenplanung und -gestaltung

Wenn Sie Werbung auf Instagram planen und gestalten ist die Meta Business Suite die zentrale Anlaufstelle. In der Meta Business Suite werden die Aktivitäten des Vereins auf den Meta-Plattformen Instagram und Facebook zentral verwaltet.

Mit dem Meta-Werbeanzeigenmanager der Meta Business Suite kann der Sportverein das Budget, die Zielgruppe, den Zeitpunkt und die Laufzeit der Anzeigenschaltungen, das Kampagnenziel, wohin die Nutzer*innen beim Anklicken der Anzeigen geleitet werden sollen und welchen Betrag man investieren möchte, planen.

Um mit dem Werbeanzeigenmanager Instagram Ads zu schalten, muss man ein **Business-Profil haben (unter** Einstellungen „Konto“ muss man dafür „zu professionellem Konto wechseln“ auswählen).

Targeting

Als Verein kann man genaue Vorgaben machen, wo die Instagram Ads platziert werden. Das zielgruppengenaue Platzieren von Anzeigen wird als Targeting bezeichnet. Folgende Vorgaben zu den Zielgruppen können bei den Ads vorgenommen werden:

- Alter
- Beruf

- Geschlecht
- Bildungsstand
- Beziehungsstatus
- **Hobbies/Interessen** (z.B. Interesse am Sport oder Thema Gesundheit)
- **Verhaltensweisen**
- Wohnort (gezielte Ansprache von Menschen aus dem Einzugsgebiet Ihres Sportvereins)
- Kaufverhalten

Je genauer die Zielgruppe beschrieben wird, umso geringer ist die Gefahr von Streuverlusten. Durch die zielgenaue Ansprache ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass die ausgewählte Zielgruppe der Anzeige Aufmerksamkeit schenkt und mit dieser interagiert.

Die Zielgruppenauswahl können Sie auch von Meta automatisch vornehmen lassen.