

SO FUNKTIONIERT DIGITALES MARKETING

Wahre Follower



von
Marita Wimmer*

Wer wissen will, wie erfolgreich die eigenen Social-Media-Kanäle sind, fragt sich schnell: „Wie viel Personen erreichen eigentlich die anderen Unternehmen oder Accounts auf Instagram?“

Genau dieser Frage hat sich nun Fanpagekarma gewidmet und dafür rund 200.000 Instagramposts und -stories analysiert. Herausgekommen sind nun durchschnittliche Reichweiten von Posts und Stories, aufgeteilt auf die verschiedenen Größen von Accounts.

Die Zahlen sind ein guter Anhaltspunkt, auch wenn eine erfolgreiche Instagram-Strategie für Unternehmen in diesem und im kommenden Jahr nicht nur auf organischer Reichweite basieren kann. Je attraktiver Instagram für Unternehmen wird, desto höher wird die Konkurrenz und desto negativer wird der Trend aussehen. An dieser Stelle sollten sich Unternehmen über den Instagram- oder auch den Facebook-Algorithmus erkundigen. Am Ende kann die organische Reichweite für Unternehmen nur eines der Ziele sein.

Was bereits beim ersten Blick auf die Analyse von Fanpagekarma auffällt, ist, dass kleine Accounts mit bis zu 1000 Followern rund 48-62 Prozent dieser auch tatsächlich erreichen. Das ist ein sehr großer Anteil, der auch schnell abnimmt. Bei einer Grö-

ße von 10.000 bis 100.000 Followern liegt der Wert nur noch bei 23 Prozent.

Feed oder doch Storys?

Und wie sieht das Ganze bei den Storys aus? Ähnlich wie bei den Posts. Kleine Accounts erreichen einen höheren Anteil ihrer Follower – bei 10.000 bis 100.000 Followern beträgt die Reichweite der Storys nur noch 7-9 Prozent. Noch werden über den Instagram-Feed deutlich mehr Personen erreicht als über Storys. Aber es sollte nicht vergessen werden, dass es eigentlich 2 komplett unterschiedliche Kanäle sind – mit unterschiedlichen Strategien. Im Feed gibt es eben

10.000 Follower sind eine schöne Sache – aber so große Accounts tun sich schwerer, die Fans auch zu erreichen.

immer nur einen Beitrag, in den Storys sehen die Follower einen Beitrag nach dem anderem, eben eine ganze Story – und der Trend zeigt ganz klar auf die Storys.

Mehr Follower, mehr Erfolg?

Grundsätzlich sollte kein Unternehmen eine Strategie haben,

die nur auf dem Wachstum von Followern basiert. Wer Follower nur über Gewinnspiele sammelt und dann Nutzer hat, die sich nicht für den Content interessieren, wird durch den Instagram-Algorithmus am Ende nicht mehr Personen erreichen. Noch schlimmer ist es bei gekauften Followern – die bringen quasi gar nichts.

© Alle Rechte vorbehalten

* Marita Wimmer ist Leiterin der Digitalen Werbeagentur Südtirol Online Marketing.

@ marita.wimmer@suedtirolonline.com



Doppelt genäht hält besser – auch digital

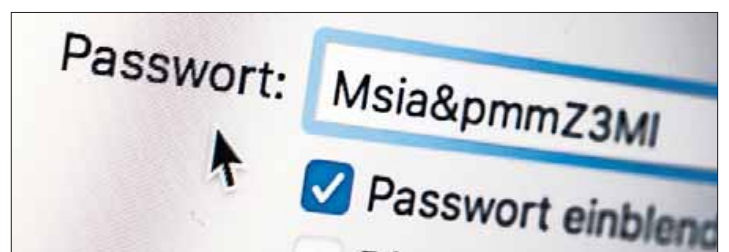
SICHERHEIT: Zwei-Faktor-Authentifizierung zum Passwort schützt gegen Identitätsdiebstahl

Wenn immer möglich, sollten Online-Konten mit Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA) geschützt werden. Dieser zusätzlich zum Passwort abgefragte Sicherheitscode erhöht den Schutz des Kontos gegen Betrug und Identitätsdiebstahl, berichtet die „PC Go“ (1/2019).

Viele Onlineanbieter wie Google, Facebook oder Amazon unterstützen etwa die 2FA über Smartphone-Apps wie den Google Authenticator, Authy, Lastpass oder den Microsoft Authenticator.

Diese Apps lassen sich mit dem eigenen Konto verknüpfen und zeigen dann in regelmäßigen Abständen einen neuen Sicherheitscode an, der bei der Anmeldung nach dem Passwort eingegeben wird. Während Googles und Microsofts Programme recht einfach gestrickt sind, erlauben Lastpass und Authy auch eine Sicherung der verknüpften Konten, so dass bei einem Verlust des Geräts nicht gleich der Zugriff auf alle Konten verloren geht.

Wichtig: Beim erstmaligen



Auch Apps helfen bei der Sicherung privater Konten. dpa-tmn/Robert Günther

Einrichten der 2FA werden meist auch Notfallcodes generiert. Die Experten raten, diese gut aufzuheben. Sie erlauben nämlich

noch den Zugang zum Konto, falls das Smartphone mit der Sicherheits-App verloren geht.

(dpa/tmn) © Alle Rechte vorbehalten