Foto: © Riki Dauerer, alpinonline

Instagram

Instagram gehört zu einem der beliebtesten Sozialen Medien in Deutschland. So wurden 2022 29,85 Mio. Instagram-User von blog.hubspot.de vermerkt.

Genauso wie auch auf Facebook nimmt das Wachstum der jüngeren Usergruppen ab (wer will schon am Netzwerk der Eltern posten), wohingegen die Älteren zunehmen – so sind die Nutzer im Alter von 40 bis 49 Jahren von 13 auf 49 % (2015 – 2021/22) gestiegen. (Beitrag Statista.com).

> **29,85 Mio. Instagram-Nutzer in Deutschland**
> **7,2 Mio. Instagram-Beiträge mit #wandern**
> **9,7 Mio. Instagram-Beiträge mit #alps**

Instagram ist ein Tool, das vor allem von Fotos lebt – ein kurzer Text ergänzt, Links können überhaupt nicht geteilt werden. Zweitwichtigstes Element bei Instagram sind die Hashtags, von denen man bis zu 30 an einen Beitrag anfügen kann.

Fast 30 Mio. User in Deutschland – hiervon ist eine gute Anzahl in den Bergen unterwegs. Sind sie auf einer Hütte, markieren sie diese oft – unabhängig davon, ob die Hütte auf Instagram ist oder nicht.

Googlet gerne mal „Instagram + Hüttennamen“ bzw. euren Hüttennamen in der Instagram-Suchfunktion. Ist man mit der Hütte auf Instagram vertreten, kann man diese Einträge besser beobachten, filtern als auch verwenden.

Woraus besteht ein Post?

1. Bild
2. Text: max. 2.200 Zeichen, die ersten drei Zeilen werden angezeigt
3. Hashtags (max. 30) und Tags
4. Möglichkeit zu liken und Kommentarfunktion, allerdings ohne die Möglichkeit, Bilder hochzuladen

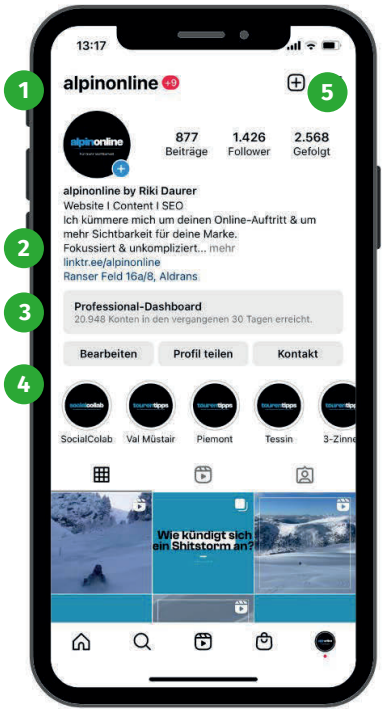
Warum Instagram für Alpenvereinshütten eine gute Marketingmaßnahme ist.

- Die Motive von Hütte, Mensch, Natur sind wie gemacht für dieses Medium.
- Das gilt auch für die täglich neuen Informationen.
- Das Posten von Fotos geht schnell und einfach.
- Instagram ist kostengünstig.
- Das Alter der Nutzer ist dem der Hüttenbesucher ähnlich.
- Instagram hat eine große Reichweite, mit der man die Hütte bekannt machen und neue User generieren kann.
- Vernetzung mit Partnern (Region, Dachverband, Sektion, ...) dank Tags und Hashtags ist möglich.

Wie sich Instagram von Facebook unterscheidet.

- Bei Instagram ist das Bild der Mittelpunkt der Botschaft.
- Der Text ist noch kürzer als auf Facebook.
- Links können beim Beitrag nicht geteilt werden, es gibt dafür aber einen Vermerk im Profil.
- Die User können nur Texte in die Kommentare schreiben und z.B. keine Fotos hochladen.
- Beliebt und einfach ist die Funktion der Insta-Story.
- Instagram verwendet man meist nur über die App, hier gibt es auch die meisten Funktionen.
- Facebook animiert die User eher zum Mitmachen, Instagram ist mehr „zum Dabeisein“.

Wie erstellt man einen
Instagram-Account?



- Instagram-App im App-Store downloaden.
- Mit gültiger E-Mailadresse oder Telefonnummer einen Account erstellen – zuerst privat. Hier keinen Fakenamen 1 eingeben.
- Geht man nun oben rechts auf die „...“ 5, kommt man zu den Optionen, die man teilweise von Facebook schon kennt.
- Hier erreicht man den Punkt Konto, wo man weiter auf „In Business-Profil umwandeln“ klickt.
- Hierfür muss allerdings schon ein Business-Konto auf Facebook bestehen, das man dann beim letzten Schritt „Verbinde deine Facebook-Seite“ auswählen kann.
- Nun zurück und Profildaten bearbeiten – Foto, Name 1, Benutzername 2 (sollte einfach und sprechend sein, z.B. regensburgerhuette, Website-Url).
- Beim Steckbrief 3 hat man nur 150 Zeichen Platz. Hier kann auch mit Symbolen gearbeitet werden. Unbedingt den gewünschten Tag (= @Benutzername) und Hashtag anführen.
- Highlight Stories 4
- Nun kann man wieder auf die Optionen „...“ 5 gehen und ganz unten ein weiteres Konto hinzufügen.
- Zwischen mehreren Konten wechselt man, indem man auf das Profilbild klickt. Mit dem Pfeil rechts neben dem Benutzernamen kann man dann zwischen den Profilen switchen.

11 Tipps für einen guten Start mit Instagram

Foto: © Tegernseer Hütte

Themenideen

- Sonnenaufgang und -untergang
- Hütte und ihre Ausstattung
- die Speisen!
- Wirte und Mitarbeiter
- Berge, die von der Hütte erreichbar sind
- Infos zu aktuellen Bedingungen, Übergängen, Touren
- Beitrag, warum die Olpererhütte „das beste Fotomotiv“ ist

1. **Verfolgt, was andere über eure Hütte schreiben!** Dazu abonniert euren Hütten-Hashtag, z.B. #neueregensburgerhütte
2. **Vernetzen:** Abonniert andere Hütten auf Instagram, Dachverbände,eure Region, wichtige Personen und auch wichtige Hashtags wie #alpenvereinshütten.
3. **Von anderen lernen:** Befreundet euch ebenso mit Medien, Portalen und Menschen, deren Beiträge ihr spannend findet, und schaut, was und wie sie posten.
4. **Ausprobieren:** Keine Angst vor sozialen Medien! Im schlimmsten Fall könnt ihr einen Beitrag auch wieder löschen.
5. **Lernt dazu:** Es gibt immer ein Motiv oder Thema, das vielfach mehr geliked wird als andere. Dasselbe gilt für den Tag oder die Uhrzeit des Postens. Wenn so etwas passiert, gilt das Motto: „Mehr desselben.“
6. **Macht auf euch aufmerksam:** Durch Kommentare oder Liken anderer Beiträge werden andere auf euch aufmerksam.
7. **Bereitet Beiträge oder Fotos vor:** Ist mal schönes Wetter, dann könnt ihr gleich mehrere Fotos von der Hütte, der Umgebung, dem Essen etc. machen und über Tage oder Wochen verteilt posten.
8. **Schafft dem User einen Mehrwert:** Aktuelle Infos stellen für viele Besucher einen Mehrwert dar, so z.B. über Touren, Übergänge, saisonale Speisen, ...
9. **Ihr müsst nicht alles selber machen:** Teilt Beiträge eurer Gäste bzw. gebt das Konto auch für eine zweite Person frei – oft gibt es in der Sektion oder im Team motivierte Personen.
10. **Verwendet Filter:** Instagram stellt einige Filter zur Verfügung, die die Qualität der Bilder ganz schnell verbessern.
11. **Verwendet Stories & Reels:** Stories verschwinden nach 24h wieder (können aber über die Highlight Buttons fixiert werden), Reels sind eigene Videoformate

Häufige Fragen

Was ist ein Hashtag, wann und wie oft verwende ich ihn?

Ein Hashtag ist ein „Name“, verbunden mit dem **#** davor – z.B. **#deutscheralpenverein**. Auf Instagram sind bis zu 30 Hashtags bei einem Beitrag möglich – diese dienen als Suchfilter, klickt man darauf, bekommt man alle Beiträge mit dem Hashtag angezeigt. Anders als beim Tag „gehört“ dieser aber niemandem und somit kann auch keiner auf die Verwendung hingewiesen werden. Die Wichtigkeit der Hashtags ist bei Instagram gegeben, aber ob man nun bei einem Beitrag wirklich alle 30 verwenden muss, ist strittig.

Prinzipiell gibt es verschiedene Arten von Hashtags, die man sich am besten einmal raussucht und dann immer verwendet:

- Hashtags der eigenen Hütte: #regensburgerhuette
- „offizielle“ Hashtags des Dachverbandes und der Partner: #alpenverein #alpenvereinaktiv #alpenvereinshütten #deutscheralpenverein #alpenvereinsuedtirol #wegeinsfreie #folgedeinernatur #soschmeckendieberge #mitkindernaufhütten #umweltgütesiegel #wirliebendieberge #hüttenjob
- regionale Hashtags – von überregional bis kleinräumig, z.B. #visittyrol #stubaiergletscher
- Hashtags mit großer Reichweite: #skimo #hiking #wandern
- spezifische und oft auch lustige Hashtags: #somussmontagsein.
  Hier kann man sich auch einen eigenen Hashtag kreieren.

Was ist ein Tag, wann und wie oft verwende ich ihn?

Ein Tag ist immer der Benutzername mit einem @ davor, also z.B. @alpenverein.at @deutscheralpenverein. „Tagged“ man jemanden, so bekommt er eine Benachrichtigung darüber. Ich verwende Tags für Partner (mit großer Reichweite), z.B. Medien, Dachverbände, Regionen, andere Hütten oder auch bekannte Personen.

Wie lösche ich mein Konto oder deaktiviere es vorübergehend?

Das geht NUR über die Anmeldung im Web auf Instagram.com und weiter zum Löschen diesem Link folgen.
Zum Deaktivieren im Web auf das Profil und hier auf „**Mein Konto vorläufig deaktivieren**“ klicken.

Soll ich den Instagram-Post auch gleich auf Facebook teilen?

Prinzipiell wird davon abgeraten. ABER im Falle der Hütte sind die Fotos sicher auch für Facebook-User interessant. Aufgrund der etwas anderen Post-Struktur sollte man aber den Text, die Tags und Hashtags unbedingt adaptieren.

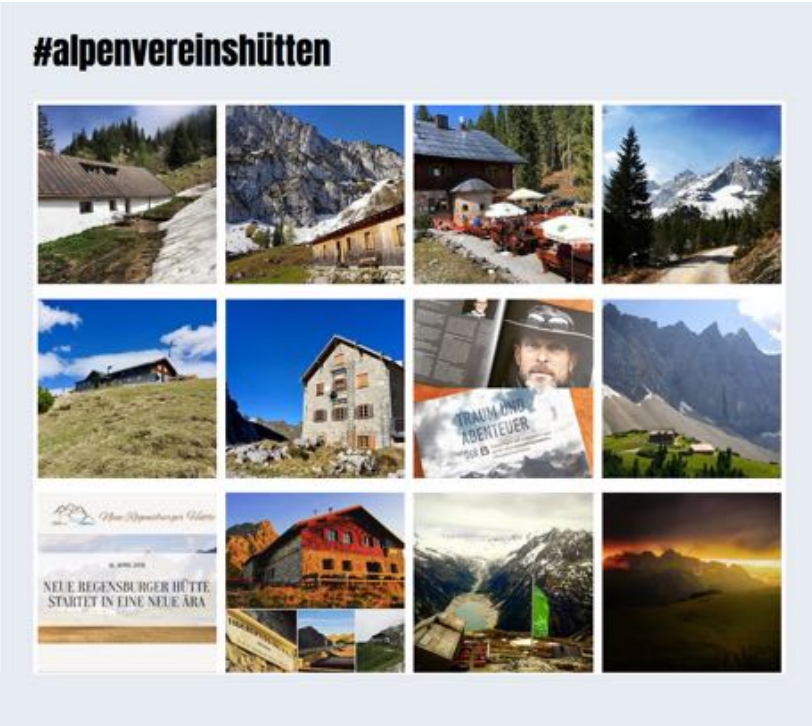
Wie oft soll ich posten?

Hier gibt es keine Regel. Einmal pro Woche wäre gut, aber wichtiger ist, dass die Fotos auch gut sind und eine Botschaft haben. Umgekehrt kann es auch mal sein, dass man eine Woche hat, in der es sich quasi anbietet, mehrfach zu posten.

Was ist eine Instagram-Story und wofür verwendet man diese?

Klickt man in Instagram ganz oben links auf das Kamerasymbol, kann man eine Instagram-Story erstellen.
Das bedeutet, dass alle Videos und Fotos, die man hier postet, nur 24 Stunden online bleiben, danach sind sie gelöscht. Das eignet sich hervorragend, „um den User mitzunehmen“, d.h. in den Arbeitsalltag, auf eine Tour etc.
Instagram-Storys verwendet man auch gern mal für Lustiges.

Foto: © Karwendelhaus

Best-practice-Beispiele

- **Ingolstädter Haus: www.instagram.com/ingolstaedterhaus/**
- **Berliner Hütte: www.instagram.com/berliner.huette/**
- **Steinseehütte: www.instagram.com/steinseehuette/**
- **Franz-Fischer-Hütte: www.instagram.com/franzfischerhuette2020m/**