

Instagram-Leitfaden für Winzerinnen und Winzer



Einführung:

Mit dem Titel „Social Media – Genial oder Gedöns“ haben wir uns im Rahmen des Medienprojektes intensiv mit der Frage beschäftigt, welche Social Media-Kanäle besonders effektiv sind, um neue Absatzimpulse zu generieren. Gerade in Zeiten von Lockdown und galoppierender Digitalisierung ist das Thema visuelle Kommunikation unserer Einschätzung nach wichtiger denn je. Bezogen auf die Weinbranche und die Produkte Wein & Sekt ermöglicht Social Media-Arbeit dem Weingut auf vielfältige Weise, persönlichen Kontakt zum Kunden aufzubauen, um mit Weinerzeugnissen zu überzeugen. Mit emotionaler Bildsprache und individuell auf die Zielgruppe ausgerichteten Inhalten, kann der Kontakt zu neuen Kunden aufgebaut und gepflegt werden. Dabei helfen Bilder, Videos und kurze Textpassagen, die idealerweise eine starke Bindung des Kunden zum Produkt und seinem Betrieb erzeugen. Wie das bei Instagram, dem Medium unserer Wahl für dieses Projekt, funktionieren kann, zeigt unser Leitfaden. Er gibt hilfreiche Tipps, die den Einstieg in diesen Kommunikationskanal erleichtern.



1. Regelmäßiger Content

Nur aktive Accounts fallen auf. Optimal sind 2-3 effektive Posts pro Woche, um im Instagram-Algorithmus gut sichtbar zu bleiben. Wenn der Kanal nicht kontinuierlich gepflegt wird, gerät der Account in Vergessenheit bzw. wird weniger häufig in der Timeline Eurer Follower ausgespielt.

2. Timing: Wann und was posten?

Wählt eine sinnvolle Uhrzeit für Eure Posts. Morgens und Anfang der Woche ist im deutschsprachigen Raum mehr los als Mitte der Woche. Am Sonntagnachmittag/-abend zeigt die Interaktionskurve wieder nach oben. Englischsprachiges Publikum erreicht ihr am Nachmittag besser (USA). Über die „Insights“ könnt ihr genau verfolgen, an welchen Tagen Eure individuelle Zielgruppe online ist.

3. Bilder mit guter Qualität

Eine einheitliche Optik, Bildsprache und Qualität Deiner Fotos verbessert den Wiedererkennungswert für Deinen Betrieb. Versuche außerdem, Dich selbst in regelmäßigen Abständen zu zeigen! Damit schaffst du eine persönliche Bindung zu den Abonnenten Deines Kanals.

4. Eigenen Stil entwickeln

Versuche in Deinem Kanal Professionalität auszustrahlen, denn er steht quasi für das Ansehen Deines Produktes. Mit der Zeit wirst Du einen eigenen, individuellen Stil entwickeln. Diesen kannst Du durch den Einsatz von Filtern optimieren. Insgesamt soll Deine visuelle Kommunikation harmonisch wirken und Interesse an Dir, Deinem Profil und vor allem Deinen Produkten wecken.

5. Hochwertige Instagram-Biografie

Generell gilt: Der erste Eindruck zählt. Daher muss Deine Biografie vor allem aktuell gehalten werden und gepflegt aussehen. Du kannst Deine „Bio“ zudem dazu nutzen, um auf interessante weiterführende Sites hinzuweisen (LinkTree). Beim wording musst Du Dich entscheiden, ob Du einen kreativen Account-Namen wählst (@ritzling), den es noch nicht gibt, oder doch besser auf den eingeführten vorhandenen Markennamen des Betriebes setzt, was in vielen Fällen sinnvoll ist. Hier gibt es dennoch kein richtig oder falsch.

6. Lasse Dich inspirieren

Beobachte wie erfolgreiche Accounts interagieren. Lass' Dich davon inspirieren ohne zu kopieren. Ideen aufgreifen ist in Ordnung, Du solltest aber einen Weg finden, diese auf Deinen Betrieb und Deinen Stil individuell anzupassen.

7. Klare Sprache

Keep it simple heißt die Devise. Deine Posts sollten kurz und knackig sein. Weniger ist oft mehr. Wenn Du zum Beispiel eine steile These aufstellst und nach der Meinung anderer fragst. Deine Botschaft sollte verständlich und nachvollziehbar sein. Du kannst sinnvolle Hashtags verwenden oder auch – wiederkehrende – eigene Hashtags etablieren.

8. Instagram-Icon auf Deiner Website

Ziel der meisten Unternehmen ist es, Kunden anzuregen auf ihrer Website vorbeizuschauen. Vergiss daher nicht, Deinen Instagram-Account auf Deiner betrieblichen Website einzubinden. Das verbessert zugleich Dein Google-Score/Ranking der Homepage.

9. Sei mutig: Wer fragt erhält Antworten

Du musst nicht perfekt sein, sondern authentisch. Taste Dich langsam an das Medium heran und versuche Stories – und später auch Reels – zu machen, in denen Du Deine Abonnenten an Deinem betrieblichen Leben teilhaben lässt. Berichte über aktuelle Themen, die Dich umtreiben, beziehe Position, sei bereit auch mal zu diskutieren. Du kannst offene und geschlossene Fragen formulieren, um die Interaktionsquote Deines Kanals zu erhöhen.

10. Vernetze Dich

Tagge Deine Freunde und auch Accounts, mit denen Du in Kontakt kommen möchtest. Instagram lebt von der Interaktion und den inspirierenden Inhalten. Du kannst über Deinen Account und die Mitteilung Deiner Interessen mit potentiellen neuen Kooperationspartnern in Kontakt kommen oder neue, gemeinsame Aktionen planen.

11. Geduld – Erfolg kommt nicht über Nacht

Bewahre Dir die Freude an Deinem Instagram-Kanal. Aber denke auch daran, dass der Erfolg nicht über Nacht eintritt. Nur wer über längere Zeit Content produziert und veröffentlicht, wird Nutzer aufmerksam machen und dauerhaft an sich binden. Sei Du selbst und überzeuge mit Deiner Persönlichkeit.

Fazit:

Unsere Recherchen und die Zusammenarbeit mit bekannten Influencern der Weinszene, wie Jana Kreilein (@the.wine.girl) und Moritz Hailde (@ritzling), ermöglichen uns Empfehlungen abzugeben, die den Erfolg des betrieblichen Instagram-Kanals begünstigen können. Der „Instagram-Leitfaden für Winzerinnen und Winzer dient also als Handlungsempfehlung und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es ist selbstverständlich nicht notwendig alle aufgelisteten Punkte abuarbeiten. Die Empfehlungen geben aber eine Orientierung.

Wir hatten viel Spaß bei dem Projekt und konnten viele neue Insights zu diesem Thema erlangen. Viele Betriebe haben schon während der Projektarbeit ihr Interesse am Thema signalisiert und sich angeboten mitzuarbeiten.

Habt Mut und probiert es selbst aus – learning by doing. Viel Erfolg!

Autoren:

Tom Beiermeister, Leon Djukić, Paul Geiger, Elene Kadaria, Jonas Kirchen, Lena Körtgen, Nils Krack, Paul Krahl, Ching-Wen Liu, Florian Müller, Sophie Müller, Lorenz Reinecke, Niklas Stenner, Stefan Wildner. Lehrbeauftragter: Frank R. Schulz.

Danksagung:

Weingut Mohr aus Lorch, Weingut Tesch, Weingut Korrell, Weingut Johner, Malenka Stenner, Dorothee Wörner, Julian Faust, Moritz Haidle, Christoph Hammel, Julia Siller, Sarah Hulten, Nelly Fischer sowie Jana Kreilein (the.wine.girl)
Kamera und Schnitt: Woody Herner, Filmagentur Rheingau

Quellenverzeichnis:

[Erfolgreich auf Instagram sein: Die 10 besten Tipps - CHIP](#)

[Instagram für Beginner: Die 10 besten Tipps für den Start \(sonne-wolken.de\)](#)

[Instagram für Einsteiger: In 9 Schritten zur perfekten Strategie \(carina-hartmann.de\)](#)

<https://www.claudiaeasymarketing.com/instagram-start-tipps>