



*FRAU
TALECKER
ERKLÄRT*

Public Relations
Social Media Marketing

Folge 9:
6 Wege um Deine
Instagram Story zu branden



HI,

ICH BIN JOHANNA,

INSTAGRAM STRATEGIN
UND
KOMMUNIKATIONSEXPERTIN!

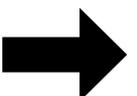
Ich freue mich, dass Du Dich für diesen Artikel interessierst!

Mehr zu meinen Instagram Coachingprogrammen findest Du hier:

Mein 1-wöchiges Programm "Athena":
www.talecker.com/athena

Mein 8-wöchiges Programm "IG Olymp":
www.talecker.com/ig-olymp

Hier geht's zur Zusammenfassung meiner 9. Podcast Folge
"6 Wege um Deine Instagram Story zu branden"



Branding auf Instagram

“Produkte entstehen in einer Fabrik, aber Marken entstehen im Kopf.“ (Walter Landor)

Was Branding bedeutet, welche Ziele es verfolgt und wie Du es in Deinen Instagram Stories selbst umsetzen kannst



Was ist eigentlich “Branding”?

Eine “Brand” ist eine Marke. Eine Marke besitzt eine Markenidentität, welche beispielsweise aus ihren Werten, ihrem Zweck (“Purpose”), ihrer Mission und Vision resultiert. Eine starke Marke ruft in unseren Köpfen bestimmte Assoziationen, Bilder und/oder Emotionen hervor.

“Branding” hingegen beschreibt die Handlungen, die aktiv gesetzt werden, um eine Marke zu formen. Durch Branding wird eine Marke entwickelt, gestärkt und eventuell auch erneuert.

Der Begriff Branding kommt ursprünglich aus der Viehzucht - so kann man ihn sich auch leicht merken. Erinnern wir uns an Kühe oder Pferde, die Brandzeichen zwecks ihrer Kennzeichnung oder Ohrmarken wegen ihrer Zugehörigkeit tragen.

Etwas Ähnliches wird im Marketing versucht: Durch Branding wird Unternehmen ein Stempel aufgedrückt.

Ziele von Branding

Branding kann zahlreiche Ziele verfolgen. Hier sind drei wichtige Absichten:

1. ***Die eigene Dienstleistung oder das eigene Produkt vom Angebot der Konkurrenz abzugrenzen.***

Die meisten Produkte und Dienstleistungen gibt es heute wie Sand am Meer. Warum sollten potentielle Kund*innen genau bei uns kaufen? Durch erfolgreiches Branding wird diese Frage klar beantwortet.

2. ***Bei den Menschen bestimmte Emotionen oder Assoziationen auslösen, immer, wenn sie mit der Marke in Berührung kommen.***

Denken wir an Nike: Sobald wir diesen Unternehmensnamen hören, denken wir an Sportkleidung.

Vielleicht kaufen wir sogar genau diese Sportkleidung, um uns beim Sport besser zu fühlen. Auch den Slogan „Just do it“ haben wir gleich im Kopf.

3. ***Durch die sich immer wiederholenden Botschaften, Symbole und Emotionen im Gedächtnis der (potentiellen) Kundschaft zu bleiben.***

Aus den Augen, aus dem Sinn? Bitte nicht! In unserer schnelllebigen Welt werden unsere Kund*innen mit Nachrichten bombardiert. Durch Branding sorgen wir dafür, dass sie uns trotzdem nicht vergessen.

Konkrete Branding Beispiele aus unserem Alltag

Im täglichen Leben begegnen uns Marken und ihr Branding regelmäßig. Zwei prominente Unternehmen, die bei den allermeisten Menschen gleich bestimmte Assoziationen hervorrufen: Apple und Coca-Cola.

Die Firma Apple besitzt zum einen ein sehr einprägsames Logo. Auf der ganzen Welt erkennt man den angebissenen Apfel, der die Produkte des Konzerns zielt.

Aber beim Branding geht es eben nicht nur um Farben, Logos und visuelle Symbole. Es geht um das Gefühl, das bei Konsument*innen entsteht, wenn sie mit der Marke in Berührung kommen und die Frage: Wofür steht dieses Unternehmen?

Im Falle von Apple wissen wir: Diese Firma produziert hochwertige Technikprodukte, die leicht zu bedienen sind. Diese Einfachheit ist ein ganz wesentlicher Kaufgrund für viele Apple Fans. Außerdem haben die Produkte ein schönes und elegantes Design. Apple bedeutet also für viele Menschen: Ein leistbares, ästhetisch ansprechendes Luxusprodukt, das die Arbeit am Handy/Tablet/Laptop wesentlich erleichtert.

Coca-Cola hingegen ist eine fröhliche Marke. Sie versprüht gute Laune und symbolisiert den amerikanischen Lifestyle wie kaum eine andere. Doch die Marke hat auch noch einen anderen Aspekt. Zur Weihnachtszeit verbindet man mit Coca-Cola den Coca-Cola Song, gesungen von Melanie Thornton. Hier zeigt sich das Unternehmen also von seiner familiären Seite.

6 Möglichkeiten, um Instagram Stories zu branden

Es ist Zeit, den Bezug zu Social Media herzustellen.

So kannst Du selbst aktiv Branding betreiben in Deinen Instagram Stories!

1. Verwende immer wieder die gleichen Filter in den Stories

Instagram ohne Filter? Undenkbar. Wir sehen kaum eine völlig unbearbeitete Instagram Story.

Hier macht es einen Unterschied, ob Du sehr kontrastreiche, grelle Stories produzierst oder Deine Fotos und Videos in zarte Pastellfarben färbst. Werde Dir bewusst, dass dies die Wahrnehmung der Betrachter*innen stark beeinflussen kann.

2. Nutze immer wieder die gleichen Farben: Deine Branding Farben

Definiere Farben, die zu Deinem Unternehmen passen und verwende diese dann: Für Hintergründe bei Stories mit Text, für die Beschriftung Deiner Videos, etc.

3. Verwende immer die gleichen Schriftarten

Instagram bietet mittlerweile zahlreiche Schriftarten: Lege Dich hier auf einen Stil fest und schaffe so einen Wiedererkennungseffekt.

4. Definiere inhaltliche Schwerpunkte, über die Du regelmäßig sprichst

Welche (gesellschaftlichen) Thema sprichst Du an, wie wählst Du den Inhalt Deiner Stories aus? Hat Dein Unternehmen beispielsweise Nachhaltigkeit als wichtigen Wert, ist es sinnvoll, regelmäßig dieses Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu beleuchten (und dabei den Bezug zu Deinem Angebot herzustellen).

5. Zeige Dich mit einer konstanten Stimme/ Auftritt

Wie zeigst Du Dich in Deinen Stories? Wie erzählst Du? Bist Du sehr extrovertiert oder eher zurückhaltend?

Bist Du sarkastisch, unterhaltsam oder einfach immer positiv gestimmt? Zeigst Du Dich in Jogging Hose oder immer top gestylt? All diese Details haben einen Effekt auf die Wahrnehmung Deiner Community.

6. Verwende wiederkehrende Formate

Wiederkehrende Formate können die gleiche Wirkung haben wie ein Slogan oder ein Logo. Beispiel: Ich hatte mal ein Story Format: "Frau Talecker erklärt". Ich wurde so oft darauf angesprochen, dass schließlich mein gleichnamiger Podcast daraus entstanden ist.

Fazit

Durch Branding werden Marken geschaffen und geformt.

Branding ist ein kraftvolles Instrument, um langfristig in den Köpfen seiner Kundschaft verankert zu bleiben und sich von der Konkurrenz abzugrenzen.

Oft werden mit Branding Farben, Symbole und Logos in Verbindung gebracht. Das ist nicht falsch - doch es geht um noch viel mehr als das.

Auch Werte und Vision einer Marke, also der Kern ihrer Markenidentität, sind von hoher Relevanz für Branding Aktivitäten. Jede Handlung eines Unternehmens sollte dazu dienen, seine inneren Aspekte in die Außenwahrnehmung zu transportieren.



Möchtest Du Dir diese Podcast Folge noch einmal anhören?

*Du findest meinen Podcast
"Frau Talecker erklärt"
auf Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts
und co!
Über eine positive Bewertung
oder ein Abo würde ich mich sehr freuen,
wenn Dir mein Podcast gefällt!*

