

Roger Haemmerli
Former Head of Social Media, Ringier AG
[linkedin.com/in/rogerhaemmerli](https://www.linkedin.com/in/rogerhaemmerli)
[instagram.com/rogerhaemmerli](https://www.instagram.com/rogerhaemmerli)

Instagram-Stories als Tool für Storytelling im Journalismus

Instagram-Stories können als Storytelling-Tool im Alltag eines jeden Journalisten Platz finden. In diesem kurzen Handout möchte ich dir nochmals die wichtigsten Key-Facts an die Hand geben.

Instagram-Stories werden mittlerweile von mehr als 500 Millionen Menschen täglich genutzt. Das vergängliche Format eignet sich optimal für schnelles und unkompliziertes Storytelling.

Attention is key.

- _ Laut Facebook werden User schon bald mehr Zeit in den Stories als im Feed verbringen.
- _ Stories sind das aktuelle Meta-Format auf Instagram.
- _ Baue deine Geschichte in mehreren Slides à 15 Sekunden.
- _ Die organische Reichweite in Stories ist aktuell für bestehende User am einfachsten auszubauen.

Done is better than perfect.

- _ Denk daran: 15 Sekunden sind länger, als du glaubst. Mach dir vor der Aufnahme einige Gedanken zu deinen Aussagen oder schreibe dir kurze Stichworte auf. Auf keinen Fall ablesen.
- _ Stories leben von der "Imperfektion". Achte darauf, dass du keine Hollywood-Produktionen aus dem Boden stampfen willst.
- _ Produziere Stories im aktuellen Meta. Bedeutet: Verwende Funktionen, Hashtags und Gifs, die direkt innerhalb der App eingefügt werden. So wirken deine Inhalte stimmig.
- _ Stories bieten sich für viele unterschiedliche Situationen im Journalismus-Alltag an: Zeitlich sensitive Berichterstattung (bspw. Breaking News), Events (bspw. IFA Summit), Promotion eigener Formate (bspw. Podcasts), Marketing (bspw. Content Marketing).

Links & Best Practices

- _ newsroom.fb.com
- _ www.instagram.com/blickfussball
- _ www.instagram.com/omrockstars
- _ www.instagram.com/nytimes

Fragen?

Kein Problem. Schreib mir jederzeit auf LinkedIn oder Instagram eine Nachricht und du kriegst von mir schnellstmöglich Feedback.