

# }essentials{

Manuel Faßmann · Christoph Moss

## Instagram als Marketing-Kanal

Die Positionierung ausgewählter  
Social-Media-Plattformen



Springer VS

---

**essentials**

*essentials* liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials*: Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in dieser Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

---

Manuel Faßmann • Christoph Moss

# Instagram als Marketing-Kanal

Die Positionierung ausgewählter  
Social-Media-Plattformen

Manuel Faßmann  
Agentur für Kommunikation  
mediamoss GmbH  
Dortmund, Deutschland

Prof. Dr. Christoph Moss  
Agentur für Kommunikation  
mediamoss GmbH  
Dortmund, Deutschland

ISSN 2197-6708  
essentials

ISBN 978-3-658-14348-0

DOI 10.1007/978-3-658-14349-7

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-14349-7 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

---

## Was Sie in diesem *essential* finden können

- Kenntnisse der Strukturen, des Aufbaus und Umgangs von und mit einer Marke
- Die Entwicklung von Instagram sowie die grundlegenden Strukturen der Foto- und Videosharing Community
- Gründe, warum es sich bei Instagram um ein essenzielles Marketing Tool im Web 2.0 handelt
- Den Vergleich der Kerneigenschaften der Social-Media-Kanäle Instagram, Facebook und Twitter auf Basis ihrer Charakterisierungen durch Nutzer und Unternehmen
- Die Positionierung von Instagram, Facebook und Twitter im Social-Media-Marketing-Kommunikationsmix
- Handlungsempfehlungen, wofür Unternehmen die Foto- und Videosharing Community Instagram in Abgrenzung zu Facebook und Twitter strategisch einsetzen können