

# Social Media Kampagne – Gestaltungs-Checkliste Instagram

## Beitrag - dauerhaft

- Hochformat
- Format korrekt (1080×1080 oder 1080×1350)
- Hohe Bildqualität (mind. 1080 px, scharf & klar)
- Einheitliches Design (Farben, Schriften, Stil)
- Klare visuelle Struktur (Headline → Inhalt → Handlungsaufforderung „Für mehr Infos...“ „Speicher jetzt“ ...)
- Wenig Text im Bild (leicht lesbar auf Mobile)
- Gute Kontraste (Text gut erkennbar)
- Ausreichend Weißraum (nicht überladen)
- Wiedererkennbares Branding (Logo/Style konsistent)

## Reels (Reichweite, Wachstum) - dauerhaft

- Videos oder Fotos als Video zusammengefügt
- 9:16 Format (1080×1920 px)
- Starker Einstieg in den ersten 1–3 Sekunden (Hook)
- Klare Botschaft in kurzer Zeit
- Schnelle Schnitte / dynamische Bewegung
- Untertitel eingebaut (auch ohne Ton verständlich)
- Visuell aufmerksamkeitsstark (Bewegung, Kontrast, Emotion)
- Branding dezent integriert (nicht störend)

## Stories (Interaktion, Nähe) – verschwinden nach 24h automatisch

- 9:16 Format (voller Bildschirm)
- Inhalt leicht & spontan gestaltet
- Gute Lesbarkeit auf Smartphone
- Wichtige Inhalte mittig platziert (Safe Zone)
- Authentischer Look (nicht zu perfekt)
- Direkte Ansprache der Community

## **HashTags (als Beispiele)**

### **Der lokale Hashtag (Wo?)**

#Landkreiswolfenbüttel #Harzvorland

### **Der Inhalts-Hashtag (Was?)**

#Bücherbuschallenge (sollte auf jeden Fall genutzt werden)

### **Der Community-Hashtag (Wer?)**

#Bibliotheksliebe

### **Der eigene Hashtag (Identität)**

#Bücherbus #Fahrbibliothek