

RICHTLINIEN SOZIALE MEDIEN

art of motion Academy

Dieses Merkblatt zu den Sozialen Medien gibt dir einen Überblick auf welchen Kanälen art of motion aktiv ist. Es schafft Klarheit in Bezug auf das Posten von Fotos, Videos und Blogposts im Zusammenhang mit art of motion's Urheberrechte und geistigem Eigentum. Du findest eine Übersicht der von uns auf den Sozialen Medien genutzten relevanten Markierungen, sogenannte Tags (@) und Hashtags (#).

Wir glauben das Wissen grosszügig geteilt werden soll und doch ist es nötig, dass das Eigentum von art of motion, sowohl materiell als auch geistig von allen beteiligten Parteien respektiert und dementsprechend auf den Sozialen Medien damit umgegangen wird.

ZIEL UND SPIELREGELN

Facebook und Instagram sind zurzeit unsere zentralen Kanäle in den Sozialen Medien. Wir freuen uns, auch hier mit euch verbunden zu sein.

Unser Ziel ist es, den Bekanntheitsgrad von Slings Myofaszielles Training (Slings) weltweit zu fördern und Bewegungsliebhaber sowie Körperarbeitende zu inspirieren Slings in ihre Praxis einzubinden. Die Art und Weise unserer Botschaften ist immer positiv und optimistisch.

UMGANG MIT REFERENZIERUNG UND ANERKENNUNG

Deinen Einsatz Slings zu promoten finden wir klasse! Wichtig ist jedoch, dass art of motion Academy in deinen Posts Anerkennung erhält und das geistige Eigentum, das ganze Bewegungskonzept, Bewegungssequenzen und einzelne Slings Übungen mit Respekt behandelt werden. Folgend ist eine Liste mit Beispielen wie du uns mit Tags (@) markierst und auf uns Bezug nimmst.

TAGS FÜR VIDEOS

Postest du **Videos** mit Slings Myofaszielles Training Sequenzen oder einzelnen Übungen? Grossartig!

→ Markiere uns mit den folgenden Tags...

INSTAGRAM	@art_of_motion_academy, @karingurtner_aom
FACEBOOK	@artofmotiontraininginmovement (bei deutschsprachiger Zielgruppe) @artofmotionacademy (bei internationaler Zielgruppe) @Karin Gurtner (immer)

TAGS FÜR BILDER UND FOTOS

Postest du Fotos in welchen **einzelne** Slings Übungen abgebildet sind?

→ Markiere uns mit den folgenden Tags...

INSTAGRAM	@art_of_motion_academy, @karingurtner_aom
FACEBOOK	@artofmotiontraininginmovement (bei deutschsprachiger Zielgruppe) @artofmotionacademy (bei internationaler Zielgruppe) @Karin Gurtner (immer)

Postest du Fotos von einem **Kurs** an welchem du teilnimmst, welchen du assistierst oder du unterrichtest? Fantastisch!

→ Nutze folgende Markierungen ...

INSTAGRAM	@art_of_motion_academy, @[Dozentin], @[hosting_partner], eg. @liveandbreathepilates
FACEBOOK	@artofmotiontraininginmovement (bei deutschsprachiger Zielgruppe) @artofmotionacademy (bei internationaler Zielgruppe), @[Dozentin], @[hosting_partner], eg. @liveandbreathepilates

Weitere Markierungen für Anatomy Trains in Motion (ATiM) Kurse sind:

INSTAGRAM @anatomytrainsofficial

und

@anatomytrainsau
für ATiM Kurse welche von AT Australia & New Zealand organisiert werden oder

@anatomytrainsuk
für ATiM Kurse angeboten von AT United Kingdom.

FACEBOOK @AnatomyTrains

und

@AnatomyTrainsAustralia
für ATiM Kurse welche von AT Australia & New Zealand organisiert werden oder

@AnatomyTrainsUKofficial
für ATiM Kurse angeboten von AT United Kingdom.

VERLINKUNG ZU BLOGEINTRÄGEN

Hast du einen Blogeintrag geschrieben über Slings Myofasziales Training, deine persönliche Bewegungs- und Entwicklungsgeschichte mit Slings? Und du postest den Link zum Blogeintrag auf den Sozialen Medien? Wunderbar! Wir lieben Inhalte, welche auf persönlichen Erfahrungen beruhen.

→ Informiere uns bitte über den Blogeintrag. Wir teilen diesen gerne mit der Slings Community. Markiere uns mit den folgenden Tags...

INSTAGRAM @art_of_motion_academy

FACEBOOK @artofmotiontraininginmovement (bei deutschsprachiger Zielgruppe)
@artofmotionacademy (bei internationaler Zielgruppe)
@Karin Gurtner (immer)

HASHTAGS

BESTE VORGEHENSWEISE (BEST PRACTICE) FÜR FACEBOOK UND INSTAGRAM

Lass uns über Hashtags reden. Bevor es ein Alltagsbegriff wurde (und sogar im Oxford English Dictionary gelistet), war Hashtag nur der Name des Rautezeichen # auf deinem Telefon. Hashtags sind Werkzeuge auf den Sozialen Medien um einen spezifischen Beitrag mit einem Trend oder Thema in Verbindung zu bringen. Und es mauserte sich zu einer spielerischen Art von Kommunikation (#baldwochenende, #soistes, #truestory).

Das Rautezeichen (#) vor einem Schlagwort hilft den Marketingfachmenschen und anderen Interessierten über das Anklicken weitere Nennungen des gleichen Themas zu finden. Im Allgemeinen diskutierte Themen beinhalten: Marketing-Kampagnen, gesellschaftliche Bewegungen, populäre Event und Marken.

Im Jahre 2007 begann Twitter das Hashtag als Indexmethode von Schlagwörtern zu nutzen, um die Suchresultate weiter zu optimieren. Hubspot's Dan Zarrella hat aus Studien geschlossen, dass Tweets, welche mit Hashtags versehen waren zu 55% eher retweeted und geteilt wurden von anderen Nutzern. Seit da nutzt fast jedes Profil auf den Sozialen Medien Hashtags als Multiplikator. Wir gehen mal davon aus, dass alle bereits von Hashtags gehört haben oder mit der Idee vertraut sind. Hier macht es sicher Sinn zu klären wie Hashtags sinnvoll und effektiv auf den jeweiligen Plattformen eingesetzt werden. Wir konzentrieren uns auf Facebook und Instagram, da dies unsere Hauptkanäle auf den Sozialen Medien sind.

FACEBOOK

Optimale Anzahl von Hashtags: 0-2 Hashtags, welche wirklich relevant sind für den Beitrag.

Wie auf Twitter verbindet ein Hashtag auf Facebook Konversationen und Beiträge von verschiedenen Nutzern. Stimmgig eingesetzte Hashtags erleichtern Nutzern inhaltsähnliche Beiträge zu finden. Zu beachten gilt, dass die meisten Facebook Accounts privat sind und ein # macht einen Beitrag nicht öffentlich. Hashtags können die Reichweite deiner Nachrichten und Beiträge verstärken. Wenn sie jedoch unpassend verwendet werden, beeinflusst es deine Glaubwürdigkeit auf den Sozialen Medien negativ. Dies hat dann den gegenteiligen Effekt zur Folge und vermindert die Leistungsstärke deiner Beiträge auf den Sozialen Medien.

Mehrere unabhängige Studien* haben gezeigt, dass Facebook Beiträge ohne Hashtags die grösste Auswirkung haben. Die Content Marketing Plattform Buzzsumo hat eine Milliarde Beiträge von Unternehmen analysiert und aufgezeigt, dass Beiträge ohne Hashtags eine 34% höher Interaktion haben. Eine weitere Studie von Social Bakers zeigte auf, dass die Beiträge mit steigender Anzahl Hashtags schlechter abschneiden. Ein durchschnittlicher Beitrag mit 0-2 Hashtags hatte ca. 600 Interaktionen, während ein Beitrag mit 10 oder mehr Hashtags weniger als 200 Interaktionen erzielte. Auf Facebook sind Hashtags also nicht so populär. Sie mindern den Fokus für den wirklich relevanten Inhalt und den Bildern. Um das gewünschte Ergebnis zu erhalten gilt es Hashtags auf Facebook weise zu nutzen. Wir empfehlen 0-2 #s zu verwenden, welche für deinen Beitrag absolut relevant sind. Je mehr # du einsetzt, desto weniger Interaktion wird dein Beitrag erzielen.

Spannende Beispiele für Best Practice sind folgende Topmarken: Red Bull, Virgin Airlines, Apple, AT&T, Google & Amazon. Und für Marken näher an unserer Industrie: Yoga Journal und Lululemon.

Falls du bei Beiträgen mit Inhalt von und mit art of motion doch Hashtags verwenden möchtest, empfehlen wir eine kleine Auswahl (0-2) der Hashtags zu nutzen, welche am Ende des Dokuments gelistet sind. Wähle die Relevantesten.

Es kann sein, dass du deine neuesten Instagram-Beitrag auf Facebook geteilt hast und alle deine Instagram #s auch in deinem Facebook-Post erscheinen. Kein Problem, gehe zum jeweiligen Beitrag auf Facebook, bearbeite den Beitrag und entferne alle oder die weniger relevanten #. Speichern. Erledigt.

INSTAGRAM

Optimale Anzahl der Hashtags: 8-12 Hashtags, welche wirklich relevant sind für den Beitrag.

Hashtags sind eine der besten Möglichkeiten, um deine Beiträge auf Instagram sichtbar zu machen. Sie können dir helfen, deine Beiträge auf den Sozialen Medien in themenspezifische Feeds zu ziehen, die das Publikum über deine aktuellen Followers hinaus erreichen können. Eine der Möglichkeiten, wie Menschen Inhalte in Instagram finden, ist die Suche mit Hashtags oder die Verwendung eines bestimmten Hashtags. Letzteres wurde im Dezember 2017 eingeführt und bedeutet, dass Benutzer nicht mehr durch einen Feed scrollen müssen, um Ihren markierten Inhalt zu entdecken, sondern dass Ihre Beiträge automatisch in ihren Feeds angezeigt werden können. Dies ist eine großartige Möglichkeit, potenzielle neue Anhänger zu gewinnen.

Sobald die Benutzer einem bestimmten Hashtag folgen, beginnen die vorgeschlagenen Beiträge in ihren Feeds aufzutauchen. So weit, so gut. Auf der anderen Seite haben die Benutzer die Möglichkeit, eine "Don't Show for This Hashtag"-Option auszuwählen, um Inhalte zu markieren, die für sie nicht interessant oder relevant sind. Wurden zu viele deiner Beiträge mit "Don't Show for This Hashtag" markiert, könnte dies möglicherweise eine rote Flagge auf deinem Konto auslösen und sich negativ auf deine anderen Inhalte auswirken. Stelle daher sicher, dass du nur relevante Hashtags in deinen Instagram-Beiträgen verwendest, da du sonst Gefahr läufst, Interaktionen zu verlieren.

Der Instagram-Algorithmus favorisiert Beiträge mit hoher Interaktion, was bedeutet, dass je mehr Sympathie und Kommentare dein Beitrag erhält, desto mehr Menschen werden deinen Beitrag sehen. Instagram-Beiträge mit mindestens einem Hashtag haben 12,6% mehr Engagement als solche ohne.

Und obwohl jeder Instagram-Post bis zu 30 Hashtags erlaubt, deuten Untersuchungen zu diesem Thema darauf hin, dass die optimale Anzahl der Hashtags zwischen 8 und 12 liegt.

HASHTAGS DIE WIR BEI ART OF MOTION BENUTZEN

DIE WICHTIGSTEN HASHTAGS

#artofmotionacademy

#slingsmyofascialtraining

#artofmotionaroundtheworld

#contemporarymovementeducation

#karingurtner

#slingsinmotion

#[coursename] = #anatomytrainsinmotion, #slingsessentials #slingsinmotionI #slingsinmotionII #slingsinmotionIII

#aomteachertraining

Für unsere online Academy: #artofmotiononlineacademy

WEITERE VON UNS VERWENDETE HASHTAGS

#slingspractitioner

#slingsfasciatraining

#fasciainmotion

#fasciainsportandmovement

#structuralintegration

#structuralintegrationthroughmovement

#movementeducation

#pilatesinstructor

#yogainstructor

ÜBERSETZUNGEN VON HASHTAGS

Wenn du in Sprachen postest, die keine lateinischen Zeichen verwenden - wie Japanisch, Chinesisch, Kyrrillisch, Arabisch usw.
- nutze bitte die Begriffe, die in den art of motion Kursen unterrichtet wurden, ähnlich den oben genannten.

*QUELLEN

- Buzzsmo: <https://buzzsumo.com/blog/hashtags-for-social-reach/>
- AdWeek: <https://www.adweek.com/digital/why-its-time-to-update-your-instagram-hashtag-strategy/>
- Buffer: <https://buffer.com/library/a-scientific-guide-to-hashtags-which-ones-work-when-and-how-many>
- Smartinsights: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/how-when-and-why-you-should-be-using-hashtags/>
- Track Maven: http://pages.trackmaven.com/rs/251-LXF-778/images/hashtag-strategies-for-social-media.pdf?mkt_tok=eyJpIjoiT0RlMjVpHUM1aV1UzTW1VNCIsInQiOiI3dEhxaDBpdGk1MmtqQW83Z1grOXRhRnN5a3dtOGlQanNUbXFPN3RVUmVjU0RzM04rb3NoSEdkRW1QazQ1T2lyeUVDTFZUaFpJbXJlM5aE5XcmZhVj9UOWNBck8wSURpbHRyc2daMm1iaitpTElRzFtMnZFRTRV1hYOG82RTVqYyJ9
- Hootsuite: <https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/>
- Simply Measured: <http://get.simplymeasured.com/rs/simplymeasured2/images/InstagramStudy2014Q3.pdf>
- Social Bakers: <https://www.socialbakers.com/blog/2126-the-ultimate-guide-to-hashtags>