



Yoga Forum München Teacher Association e.V.
Susann Rittner

Mobil: +49 173 9970 807
susann.rittner@ymta.org
www.ymta.org

Nürnberg, 24.10.2025

Protokoll zum YMTA-Meeting am Freitag, 10.10.2025 zum Thema Instagram für den YMTA und die eigenen Kurse

25 Teilnehmenden

Ich habe mich sehr über die zahlreiche und aktive Beteiligung zu diesem Thema gefreut.

Anfang habe ich kurz über die Entstehung und den Hintergrund dieser Idee erzählt:

Ich beschäftige mich nun seit ca. 2 Jahren mit dem Thema, wie wir unsere Yoga-Lehre möglichst authentisch und professionell auch in den sozialen Medien weiter verbreiten und damit mehr Menschen erreichen können.

Den Anstoß, wie es gehen könnte, dass es für unsere Yoga-Lehre und auch für unseren Unterricht wichtig ist in den sozialen Medien Präsenz zu zeigen, hatte mir eine Psychologin für Kinder und Jugendliche gegeben, die im Fernsehen sagte:

„wir haben auch eine Verantwortung dahingehend, dass Bildung und Wissen in den sozialen Medien den Jugendlichen zur Verfügung steht, anstelle nur über die negativen Beiträge schlecht zu sprechen“.

Weiter haben junge Erwachsene, die in meinen Unterricht kommen, mich dazu angeregt ein Instagram Konto zu eröffnen, da dies eine für diese Zielgruppe attraktive Möglichkeit ist, in Kontakt zu bleiben. Mittlerweile erhalte ich Anmeldungen über dieses Medium und es kommen neue „Follower“ dazu.

Ich habe dann nach Menschen und Institutionen gesucht, die dieses Medium professionell und erfolgreich betreiben, unter anderem Verena König und andere.

Somit ist der Instagram Bildungskanal „ymta.yoga.lernen“ entstanden und bisher haben wir 87 Follower, die wir weiter vermehren können. Und es kann sich weiter ausbreiten.

Folgendes wurde besprochen und angeregt:

Der YMTA Kanal und seine Ziele:

Eine nicht ganz leichte und sehr wichtige Aufgabe ist es, dass unsere Yoga-Lehre möglichst professionell und verstehbar nach Außen transportiert wird. So haben wir z.B.: die letzten beiden Posts vom Symposium und dem Yoga-Unterricht von Jutta am Gymnasium Ottobrunn gepostet und für den User erkennbar zu machen, was hinter unserer Lehre steht. Wir zeigen mit unseren Posts wen, z.B. junge Erwachsene und wo wir unterrichten, also z.B. an Schulen und den Stellenwert im medizinischen Bereich mit dem Symposium. Ziel ist es also nicht irgendwelche Übungen zu zeigen, sondern unsere Yoga-Lehre rüberzubringen. Hierzu wäre es nun wünschenswert, dass von Euch und Eurem Yoga-Unterricht Beiträge in Form von Videos mit als Beiträge erscheinen. Bitte spricht mich hierzu an.

Weiter dient der Instagram Kanal vom YMTA zur Bewerbung der Videos auf YouTube vom Yoga Forum München und vom YMTA.

Dein eigener Instagram Kanal und seine Vorteile für Dich und die Gemeinschaft:

Ziel für die Stärkung eines Einzelnen und der Gemeinschaft ist es, dass möglichst viele ein Instagram Konto eröffnen. Dies geht mit einfachen Mitteln.

Falls Du schon ein privates Instagram Konto hast, kannst Du problemlos auch ein zweites Konto anlegen, das Du dann nur für Deinen Yoga-Unterricht und die Interaktionen mit dem YMTA nutzt. Das ist auf jeden Fall sinnvoll um privat und Yoga-Unterricht zu trennen, so dass nicht bei den Urlaubsbildern etwas über Yoga erscheint.

Hierbei helfen Dir ich oder Dominik auch sehr gerne.

zum Erscheinungsbild / Außenwirkung:

Wir haben Kacheln erstellt, die ein professionelles Erscheinungsbild nach Außen transportieren, das würden wir empfehlen, diese zu verwenden. Die Fotos für diese Kacheln können alle von Euch verwendet werden und wir geben Dir hier gerne eine Auswahl. Künftig möchten wir sie auch im Mitgliederbereich zur Verfügung stellen, ebenso wie Fotos die ihr für Eure Flyer, Internetseiten, etc. nutzen könnt. Schreibt mich an, wenn ihr die Bildern und Kacheln für Euch verwenden möchtet.

Es kam noch die Anregung in Deinem Instagram Profil (bei Profil bearbeiten) unter den Namen die Funktion „Bio“ zu nutzen, hier kannst Du einige Schlagwörter zu Deinem Yoga-Unterricht eingeben, wie : „Yoga Unterricht auf wissenschaftlicher Basis und auf Grundlage der Ayurvedischen Marmalehre, Mitglied im YMTA e.V. , die eigene Internetseite, etc.“

Es gibt Programme, die Du für die Nutzung Deines Instagram accounts nutzen kannst: CANVA und ADOBE EXPRESS als „All in one tools“. Ihr könnt sie für Posts, Bildbearbeitung, Kachelerstellung, Reels, einfache Flyer, etc. verwenden. Beide Programme sind als Webseite oder als APP verfügbar und von beiden gibt es eine kostenlose Version.

Gerne unterstützt Euch hier auch Dominik zu allen Fragen.

Ich persönlich lasse die Posts von einem Studenten in meinem Kurs machen, das kostet dann nur die Verrechnung mit der Kursgebühr und es entsteht kein großer Zeitaufwand.

Studenten machen das gerne und gut, vielleicht mal in Eurem Bekanntenkreis nachfragen, falls ihr es nicht selbst machen wollt.

Was und wie häufig sollte gepostet werden?

Du bewirbst Dein Yoga-Angebot, neue Kurse, Veranstaltungen, 3 Stunden Yoga, Weihnachtsgeschenk-Ideen, theoretische Inhalte, etc. für Ideen helfe ich gerne weiter. Es sollte kein Zwang entstehen, irgend etwas zu posten, lieber langsam anfangen und dann kommt es von selbst aus Deinem Inneren. Wichtig ist hier dass Du möglichst authentisch Dich und Deinen Yoga-Unterricht präsentierst. Kein Vergleichen mit anderen Anbietern.

Wichtig wäre hier auch dass Du Dir ein Schema überlegst, dass sich wie ein roter Faden durchzieht, um einen Wiedererkennungswert zu erzeugen. Damit erscheint Deine Außenwirkung professioneller. Orientiere Dich dazu gerne am YMTA, was auch gewünscht ist, um die Marke YMTA zu stärken.

Die Interaktion mit Deinem Instagram Kanal und dem YMTA Kanal:

Wir haben eine Liste erstellt (siehe Anhang) mit allen uns bis jetzt bekannten Instagram Nutzern, die ausschließlich oder hauptsächlich ihren Yoga-Unterricht posten.

Falls Deine Instagram Account noch nicht auf der Liste steht, schick ihn mir bitte, dann gebe ich die Adresse an alle weiter.

Ziel ist es nun, dass sich die Yoga-Kanäle dann gegenseitig folgen, das heißt Du kannst den Kanälen, die in der Liste stehen gleich folgen um die Anzahl der Follower zu erhöhen.

Dies ist wichtig für die Gemeinschaft, dass wir hier den Schwerpunkt für Yoga setzen. Deshalb empfehlen wir, falls Du bereits einen Instagram Kanal für Dich privat oder für Deinen Beruf nutzt, einen „Yoga-Kanal“ hinzuzufügen, um keine Vermischung im Außen zu erzeugen.

Die Posts, die auf dem YMTA Kanal gezeigt werden, kannst Du für Deinen eigenen Kanal 1:1 übernehmen und verwenden. Beispiel post Symposium vom Yoga Forum München. Du schreibst uns, dass Du diesen post auch bei Dir zeigen möchtest und wir laden Dich zu einer Kollaboration ein. Du klickst auf „Einladung annehmen“ und der Post wird sofort bei Dir sichtbar. Damit zeigst Du Deinen Followern was hinter Deiner Yoga-Lehre steht und bewirbst gleichzeitig in diesem Fall jetzt das Symposium.

Durch die Kollaborationen mit einigen von Euch haben wir über 2000 klicks auf das Symposium erreicht, was doch sehr beeindruckend ist. Weitere Posts vom Symposium folgen! Umgekehrt kannst auch Du Deine Beiträge zur Yoga-Lehre auf dem Instagram Kanal posten.

Ideen von den Yoga-Lehrenden, die in der Metzstraße unterrichten:

Es kam die Frage, ob es schon eine „Instagram Gemeinschaft“ für die Yoga-Lehrenden der Metzstraße gibt, die könnten gemeinsams beworben werden, also die Lehrenden, der Unterrichtsraum, die Kurse, etc. . Hierzu wollen sich die Yoga-Lehrenden, die in der Metzstraße unterrichten zusammentun.

Ich mache mir hierzu auch noch weitere Gedanken und bespreche es mit Dominik, was es hierzu für Ideen und Möglichkeiten gibt.

Hier noch die Möglichkeiten zur Interaktion auf Instagram:

Kollaboration (Zusammenarbeit)

Was das ist:

Eine „Kollaboration“ auf Instagram bedeutet, dass **zwei oder mehr (maximal fünf) Konten denselben Beitrag gemeinsam veröffentlichen**. Der Beitrag erscheint dann auf beiden Profilen – mit denselben Likes, Kommentaren und Reichweite.

Beispiel:

Der YMTA e.V. veröffentlicht gemeinsam mit einer Yogalehrerin einen Beitrag über eine Veranstaltung, die in Zusammenarbeit entstanden ist.

Der Verein erstellt den Beitrag und lädt die Yogalehrerin als Kollaborationspartner ein. Der Beitrag erscheint dann auf beiden Profilen gleichzeitig.

Nutzen:

- Mehr Menschen sehen den Beitrag (Reichweite steigt deutlich)
- Zeigt Zusammenarbeit und Gemeinschaft
- Spart Zeit, weil nur ein Beitrag erstellt werden muss

Repost (Wiederveröffentlichung)

Was das ist:

Ein „Repost“ bedeutet, dass **du den Beitrag von jemand anderem teilst**, um ihn deinen eigenen Followern zu zeigen. Der Repost wird im Feed (also in der allgemeinen Beitrags-Übersicht, die Nutzer beim Scrollen sehen) ausgespielt, aber nicht auf deinem eigenen Profil angezeigt.

Beispiel:

Der YMTA e.V. veröffentlicht ein Beitrag von der letzten Fachtagung. Du repostest den Beitrag, damit auch Deine Follower sehen, dass du dabei warst.

Nutzen:

- Du zeigst, dass du Teil einer Gemeinschaft bist
- Du unterstützt andere Yogalehrer:innen oder den Verein
- Du musst nicht immer eigenen Inhalt erstellen

Story (Kurzbeitrag)

Was das ist:

Eine „Story“ ist ein **kurzes Foto oder Video**, das **nach 24 Stunden automatisch verschwindet** – ähnlich wie bei WhatsApp.

Sie wird oben im Profil angezeigt und eignet sich für spontane Einblicke.

Auch **Beiträge anderer Konten können in deiner Story geteilt werden**, um sie deinen Followern zu zeigen.

Beispiel:

Du zeigst in deiner Story, wie du die Yogamatten für den Kurs vorbereitest oder einen Blick hinter die Kulissen deines Unterrichts.

Nutzen:

- Persönlicher, nahbarer Kontakt mit deinen Followern
- Ideal für kurze, authentische Inhalte
- Perfekt, um Veranstaltungen oder Angebote spontan zu zeigen

Markierungen (Tags)

Was das ist:

Wenn du jemanden „markierst“, **verlinkst du dessen Profil** in deinem Beitrag oder deiner Story. Der Name wird klickbar angezeigt.

Beispiel:


Du postest ein Gruppenfoto vom Yoga-Retreat und markierst alle Teilnehmer:innen, die dabei waren.

Nutzen:

- Andere Profile werden auf dich aufmerksam
- Mehr Sichtbarkeit, weil markierte Personen oft den Beitrag ebenfalls teilen
- Zeigt Anerkennung und Verbindung

Like (Gefällt mir)

Was das ist:

Ein „Like“ ist das kleine  unter einem Beitrag. Damit zeigst du, dass dir der Beitrag gefällt oder du ihn unterstützen willst.

Beispiel:

Du likest den Beitrag einer Yogalehrerin, die einen neuen Kurs ankündigt.

Nutzen:

- Einfachste Form der Unterstützung
- Der Algorithmus zeigt liked Beiträge häufiger an
- Stärkt die Gemeinschaft

Hashtag erstellen (kurzes Schlagwort)

Die kannst Du erstellen bei der Beschreibung für den jeweiligen post kann man Schlagworte setzen um mehr Reichweite zu erzielen

Für alle, die Unterstützung zur Erstellung eines eigenen Instagram Kontos brauchen oder ihr Wissen dazu erweitern und vertiefen wollen, habe ich ein weiteres Vereinsmeeting geplant, dass Dominik leiten wird:

Termin: Samstag, 15.11.2025 / 11:00 – ca.12:00 Uhr

Hierzu bitte bei mir anmelden.

Ansonsten könnt ihr mich oder Dominik gerne auch anrufen oder schreiben.

Herzliche Grüße

Susann