Wie innen, so außen:

Public Relations im *Yoga*

Geschafft! Das eigene Yoga-Business ist eröffnet, die ersten Interessierten stehen bereits vor der Tür. Jetzt soll das neue Unternehmen bekannt werden, es soll einen guten Ruf und einen festen Kundenstamm bekommen. Die effektive Selbstdarstellung sollte allerdings nicht in Konflikt mit dem Prinzip von Brahmacharya (Mäßigung) stehen. Wie geht man dabei vor?

Von Verena Hertlein

ANBIETEN STATT VERKAUFEN – das ist das Credo von Stephanie P. Erkens, die als freie Medien- und PR-Beraterin in München tätig ist. Ihr Angebot richtet sie speziell an Yoga-Lehrer, wobei ihre Tipps jedem zugute kommen, der sein Business in der Yoga-Welt ansiedeln will.

Wenn Yoga-Lehrer zu ihr kommen, um sich hinsichtlich Öffentlichkeitsarbeit beraten zu lassen, legt sie großen Wert darauf, dass die innere Ausrichtung stimmt. Ganzheitliches Coaching beginnt bei ihr mit den Fragen „Was tut dir selbst bei deinem Yoga gut?“ und „Wie lautet die daraus resultierende Botschaft, die du anderen vermitteln möchtest?“. Sie geht davon aus, dass jeder Yoga-Lehrer seine individuelle Note besitzt und sich diese zuallererst selbst bewusst machen sollte. Bevor sie sich selbständig machen, empfiehlt sie Yoga-Lehrern, für sich herauszufinden, bei welcher Art von Yoga-Angebot und Kunden sie Resonanz spüren. Wo zieht es sie selbst hin, wo fühlen sie sich wohl? Das kann Yoga in Privaträumen sein, eine spezielle Zielgruppe wie Kinder oder Senioren oder nur Einzelunterricht anzubieten. Zusammen mit der Analyse, was das Besondere am eigenen Unterrichtsstil ausmacht, lässt sich daraus ein authentisches Image gestalten.

Yam Yoga: Yoga auf Spendenbasis

Vor einem halben Jahr hat die Jivamukti Yoga-Lehrerin Regina Gambarte ihr eigenes Yoga-Studio eröffnet (www.yam-yoga.de). Das Besondere bei Yam Yoga in München: Die 39-Jährige bietet sämtliche Stunden auf Spendenbasis an – nicht ganz einfach in Deutschland, wie sie sagt.

„Der Gedanke, Yoga auf Spendenbasis anzubieten, ist zum einen durch Bryan Kest inspiriert, der in Kalifornien seine Studios nach dem Donation-Prinzip finanziert. Und zum anderen dadurch, dass ich sehr früh Mutter wurde. Mit 16 habe ich meinen Sohn bekommen, damals hatte ich nicht genügend Geld, um Yoga-Kurse zu bezahlen. Besonders Menschen in schwierigen Phasen sollten die Möglichkeit haben, auch für wenig Geld Yoga-Klassen besuchen zu können. Ich hatte schon Schüler, die nach einer überstandenen Jobkrise all die Stunden, in denen sie weniger gegeben hatten, mit einer Einmal-Spende ausgeglichen haben. So eine Geste ist toll, aber absolut kein Muss.
Das Yam ist entstanden, weil für mich immer schon klar war, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen. Schon während meines Teacher-Trainings haben mir Mitschüler prophezeit: ‚Mit deinem Dickkopf und deinem freigeistigen Wesen machst du später dein eigenes Ding.' Vor einem Jahr kam plötzlich alles zusammen: eine passende Location und finanzielle Unterstützung. Ohne die Hilfe eines Schülerpärchens, die still am Yam beteiligt sind, hätte ich das Studio nicht eröffnen können. Mit deren Zuschuss, meinen Ersparnissen und einer gewissen Do-It-Yourself-Attitüde konnten wir gut durchstarten. Wir haben versucht, die Kosten so niedrig wie möglich zu halten und alles selber gebaut, gestrichen und gestaltet. Glücklicherweise lief alles weitere über Mundpropaganda. Viele meiner jetzigen Schüler kannten mich schon von Retreats mit Dave Stringer und Jason Kalidas. Explite PR-Maßnahmen haben wir nicht in die Wege geleitet – dafür hätte uns schlicht und einfach das Geld gefehlt. Natürlich gab es Höhen und Tiefen seit der Eröffnung, besonders in puncto Spendenmentalität. In Amerika ist ‚Donation' selbstverständlich, in Deutschland hingegen bringt es häufig Verwirrungen mit sich. Einige Schüler fühlen sich überfordert, weil sie nicht wissen, wie viel sie geben sollen. Selbst ich finde es schwierig, Yoga mit materiellen Werten zu messen. Es gibt auch Kandidaten, die versuchen, einfach durchzuschlüpfen, weil sie meinen, dass es okay sei, gar nichts zu zahlen. Um dieses Missverständnis aus dem Weg zu räumen, empfehlen wir zwölf Euro für eine 90-Minuten-Klasse und verkaufen bei Bedarf auch Zehner- oder Monatskarten. Viele nutzen dieses Angebot, weil sie sich dann nicht mehr mit Geld auseinandersetzen müssen. Wenn es nach mir ginge, könnten meine Schüler auch einen Apfel als Gegenwert mitbringen, aber damit lässt sich ein Studio eben nicht finanzieren. Im Herbst habe ich die Entscheidung getroffen, verstärkt selbst zu unterrichten. Zusätzlich ist die Spendenbox vom Regal direkt auf den Empfangstresen gewandert. Einige Schüler hatten sich selbst Geld gewechselt – mit geschrumpften Einnahmen als Ergebnis. Mittlerweile läuft das Yam Yoga-Studio finanziell gut und diejenigen, die möchten, können immer noch auf Spendenbasis üben."

Monique Opetz

Der nächste Schritt ist, diese Besonderheit nach außen zu kommunizieren. Denn wenn die Botschaft des Senders stimmt, passt laut Erkens auch die Antwort. „Nur der Kunde, der sich angesprochen fühlt, wird reagieren. Und indem man nur die Menschen anzieht, die mit einem selbst resonieren, behält man sich als Selbständiger eine gewisse Freiheit." Gerade im Yoga geht es um die Kunst, ein Angebot zu liefern, ohne sich dabei zu verkaufen oder zu verbiegen. Dazu gehört auch, dass man seinen eigenen Maßstab für Erfolg entwickelt. Nur weil für den einen ein Studio, das mit Dutzenden von Teilnehmern aus allen Nähten platzt, erstrebenswert ist, muss das nicht für jeden so sein. Vielleicht sind es für manche weniger materielle Werte, sondern innere, auf die es wirklich ankommt. Ohne die eigene Existenzsicherung komplett aus den Augen zu verlieren, kann es dennoch wahren Erfolg bedeuten, für eine kleinere Gruppe von Schülern wirklich präsent gewesen zu sein und ihnen geholfen zu haben. Dass es prinzipiell genügend Schüler für jeden Lehrer gibt – davon ist Erkens absolut überzeugt. Sie warnt davor, sich mit anderen zu vergleichen oder in Konkurrenzdenken zu verfallen: „Man sollte sich immer wieder daran erinnern, dass alle Sterne leuchten.

Kommunikation kann auch leise sein – Mundpropaganda statt großem Medienrummel.

Wenn man sich ständig mit anderen vergleicht und glaubt, dass alle anderen erfolgreich sind, bloß man selbst nicht, wird es auch so sein. Wer aber total und authentisch bei der Sache ist und Perfektionismus vermeidet, für den gibt es genug Platz zum Leuchten." Und so kann auch die Kommunikation nach außen durchaus leise sein –Mundpropaganda statt großem Medienrummel.

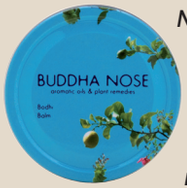
Wenn man sich mit dem Auftritt in der Öffentlichkeit beschäftigt, sollte man sich darüber im Klaren sein, was und wen man mit seiner PR erreichen will. Sinnvoll ist es, erst einmal im näheren Umfeld zu beginnen. „Je nach Größe des Studios ist es oft der einfachste und zunächst auch günstigste Weg, im nächsten Umkreis, bei Freunden, Lehrern und all denjenigen, die auch vorher schon auf dem Yoga-Weg dabei waren, anzusetzen. Außerdem sollte man alle einbeziehen, die sich für Yoga interessieren könnten, beispielsweise Ärzte, Heilpraktiker, Körpertherapeuten. Es schadet auch nichts, die Nachbarn, den Bäcker von gegenüber und die Mitarbeiter im Lieblingscafé zu informieren. Der beste Start für das Business ist, es mit Freude überall bekannt zu machen, mit anderen darüber zu sprechen, andere zum Yoga zu motivieren, Visitenkarten und Flyer zu hinterlassen." Auch Gutscheine für eine Stunde zum Kennenlernen kommen gut an. Prüfen, was zu einem passt – das beruht schließlich auf Gegenseitigkeit.

Dass Werbung nicht immer teuer sein muss, ist unter PR-Fachleuten kein Geheimnis. Es ist immer einen Versuch wert, Zeitungs- oder Zeitschriftenredaktionen zu kontaktieren. Erkens empfiehlt, von sich aus auf ein geeignetes Medium in der unmittelbaren Umgebung zuzugehen, zum Beispiel auf einen Stadt- oder Kulturanzeiger, der über die Aktivitäten im Umkreis berichtet. „Es braucht Mut, etwas zu geben und zu teilen. Wenn man bereit ist, den Lokalredakteur zur Yoga-Stunde einzuladen, ist die Chance nicht gering, dass daraus ein Artikel entsteht." *

Wichtig ist, seinen eigenen Maßstab für Erfolg zu entwickeln.

Stephanie P. Erkens berät und begleitet als freie Medien- und PR-Beraterin Selbständige in Fragen PR- und Öffentlichkeitsarbeit (www.spe-pr.com).
Am 28. März 2010 bietet sie in München einen eintägigen Workshop „PR für Yogalehrer/innen" an. Anmeldungen über mail@spe-pr.com.

Positiver Spirit und gutes Karma: Yoga Yeah!

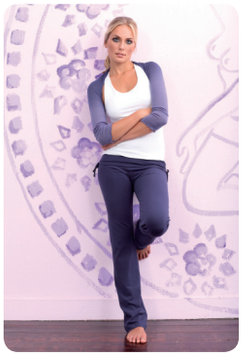


Noch vor zehn Jahren sah Caro Heilbuts Leben vollkommen anders aus. Die 31-jährige Hamburgerin startete nach ihrem BWL-Studium ganz klassisch ins Berufsleben und arbeitete als Unternehmensberaterin. Erst als sie in ihrer Yoga-Praxis immer mehr Sinn und Erfüllung fand, begann sie ihre Berufswahl und ihr ganzes Leben zu hinterfragen. Yoga Yeah! ist das Produkt einer Neuausrichtung: ein Onlineshop (www.yoga-yeah.de), welcher ausgesuchte Yoga-Artikel mit kreativen und individuellen Designs anbietet.

„Mein Leben nahm mit einem längeren Aufenthalt in Australien eine neue Wende. Das war 2003 – ich hatte ursprünglich vor, einen ‚Business English'-Kurs in Sydney zu besuchen. Stattdessen wurde daraus ein intensiver Yoga-Kurs. Ich hatte schon zuvor in Hamburg Yoga praktiziert, aber in Australien habe ich den besonderen ‚Spirit' gefunden. Jeder Morgen begann mit Yoga, Meditation und Mantras. Meinen Lehrern dort bin ich bis heute sehr dankbar. Sie haben mir geholfen, den richtigen Fokus zu finden und mein Herz ein Stück weit zu öffnen. Meinen ‚Aussi-Yoga-Spirit' nahm ich mit nach Deutschland zurück und integrierte ihn so gut wie möglich in meinen Alltag. Zu Hause machte ich weiter mit der Unternehmensberatung, aber Yoga wurde zunehmend wichtiger für mich. Als ich einen Nähkurs geschenkt bekam, entdeckte ich meine Liebe zum Schneidern. Ich entwarf meine eigenen Yoga-Taschen, Augenkissen und T-Shirts mit Yoga-Motiven. Yoga Yeah! war geboren: Ich gründete den Online-Shop und ließ mir neue Motive einfallen. Im April 2008 kündigte ich kurzerhand meinen Job, um mich fortan völlig auf mein neues Projekt zu konzentrieren. Das mag wie eine spontane Entscheidung klingen – letztendlich ist es aber das Ergebnis einer jahrelangen Entwicklung. Als mir immer mehr bewusst wurde, wie viel Energie ich in etwas steckte, das die falschen Früchte trägt, schloss ich bewusst diese Tür und eine wunderbare neue ließ sich öffnen. Ich wählte Freude statt Sicherheit, Selbstverwirklichung statt Unternehmensberatung, Kapuzenpulli statt Kostüm. Ich ging viel auf

Yoga-Konferenzen und -Messen, um Yoga Yeah! in der Szene bekannt zu machen. Herzensangelegenheit und gute PR zugleich: Bei jedem Verkauf werden automatisch zwei Prozent an wechselnde wohltätige Projekte gespendet. Zusätzlich biete ich alle acht Wochen ein neues ‚Good Karma'-Produkt an, von dem 15 Prozent des Verkaufserlöses an die Tibet Initiative Deutschland gehen. Ich glaube an die Worte, die mir einer meiner ersten Kunden beim Start von Yoga Yeah! mit auf den Weg gab: Wenn ihr mit ruhigem, klarem Herzen sprecht oder handelt, folgt euch Glück, wie ein Schatten, der nie weicht."

Verena Hertlein



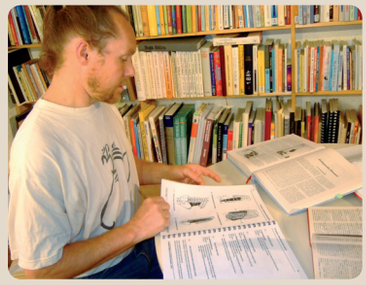
Yoga-Kleidung und Ethik: Mandala Fashion

Nathalie Prieger, 41, Mutter von zwei Töchtern, arbeitete zehn Jahre als Chefdesignerin bei dem Münchener Label MCM. 2000 kündigte sie und ging nach Indien, um bei einer Hilfsorganisation zu arbeiten. Nach ihrer Rückkehr gründete sie Mandala Fashion und entwarf eine Kollektion für Yoga-Mode (www.mandala-fashion.de).
Unter dem Motto „Wer Mode trägt, kann auch Verantwortung tragen" wirbt sie für ethisch korrekten „Green Chic" – eine Lebensweise, die auf gute Resonanz stößt. Heute gehört Mandala hierzulande zu den bekanntesten Yoga-Marken, die sowohl online, auf Yoga-Messen und in vielen Szene-Läden zu erwerben ist.

„Eigentlich hatte ich alles. Reisen, Geld, den Aufstieg von der Assistentin zur Chefdesignerin. Trotzdem fühlte sich mein Leben schal an. Meine Kündigung war nicht nur ein beruflicher Schritt zu mir selbst: Ich wollte mit meinem Mann eine Familie gründen, und ich wollte Zeit für sie haben. Mit meinem Job, den Überstunden, den Wochenendterminen wäre das nicht möglich gewesen. Auf einer Indienreise wurde mir bewusst: Ein glückliches Leben hängt davon ab, wie sich die Beziehungen zu deinen Mitmenschen anfühlen. Ich beschloss, nur noch Arbeitsbeziehungen zu haben, in denen man sich gegenseitig gut behandelt. Weil ich in Indien viel alleine war, habe ich jeden Morgen Ashtanga Yoga praktiziert. Während eines Sonnengrußes kam mir der Gedanke: Ich entwerfe eine Yoga-Kollektion, wenn ich wieder zu Hause bin. Eigentlich war es mehr als eine Eingebung – eher die Erkenntnis, wohin ich wirklich gehöre. Zurück in München, beantragte ich einen Existenzgründungskredit, der abgelehnt wurde. Begründung: Die Modebranche ist auf dem absteigenden Ast. Mein Mann Philip und meine Mutter haben mir dann 10.000 Mark geliehen. Als die Kollektion fertig war, habe ich sie in Geschäften und auf Messen präsentiert – eine sehr wirksame Maßnahme, denn es gab sofort Bestellungen. Mein Weg führte zum Erfolg, denn acht Jahre später habe ich drei fest angestellte Mitarbeiterinnen und sechs Handelsvertreter. Die Frauen in meinem Team sind alleinerziehende Mütter. Sie entscheiden selbst über ihre Arbeitszeit. Ich möchte nicht, dass sie unter Druck geraten und nicht wissen, wohin mit ihrem Kind. Als ich 2003 in Indien auf durch Pestizide erkrankte Feldarbeiter traf, entschied ich mich, nur noch Bio-Baumwolle zu verwenden. Seit vorletztem Jahr stellen wir in unserer eigenen Firma in China Stoffe und die Kleidung nach zertifizierten Standards her. Im Moment sind die Dinge gut, wie sie sind. Ich übe Yoga mit meiner Ashtanga-Lehrerin Bettina Anner, reise viel, habe Zeit für meine Kinder und kann in meinem Job sein, wie ich bin. Meine Suche hat sich gelohnt."

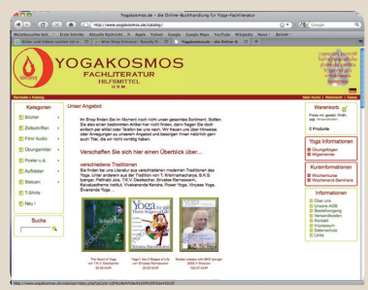
Jurate Baronas

Von der Praxis zur Theorie im Yoga-Kosmos



Klaus König, 43 Jahre, führte ein langer Weg zu seinem Yoga-Business. Zuerst ließ er sich zum Mechaniker ausbilden, dann zum Ingenieur. Seine Berufung fand er allerdings erst später, als er Yoga-Lehrer wurde. Richtig rund ist sein Berufsalltag, seitdem Klaus neben dem Unterrichten auch als Buchhändler tätig ist und online einen Shop für Yoga-Fachbücher betreibt (www.yogakosmos.de).

„Ein Urknall war es nicht gerade, der meinem ‚Yogakosmos' im Februar 2009 das Leben schenkte. Der Online-Gang meines Shops ist das Resultat eines Prozesses, der viele Jahre dauerte. Ursprünglich hatte ich beruflich einen völlig anderen Weg eingeschlagen: In der damaligen DDR orientierte ich mich erst einmal naturwissenschaftlich und erlernte einen technischen Beruf. Zu dieser Zeit, Anfang der 80er Jahre, kam ich über Medienberichte zum ersten Mal mit Yoga in Kontakt. Was anfänglich als Ausgleich zum Triathlon-Training gedacht war, entwickelte sich immer mehr zur Leidenschaft. Noch war die Zeit nicht reif, um meinen Yoga-Weg mit voller Überzeugung zu gehen. Ich absolvierte ein Ingenieurstudium und begann sogar noch ein Physikstudium, bevor ich erkannte, dass Yoga mein Leben und meine Gedankenwelt dominierte. Ich brach mein Studium ab und begann eine Yogalehrer-Ausbildung beim BDY. Seit 1995 unterrichte ich Yoga in Jena und seit 1994 reise ich fast jährlich nach Indien, um bei verschiedenen Yoga-Lehrern und -Instituten zu lernen. Frei nach BKS Iyengars Aussage ‚Ein gutes Buch ist besser als ein schlechter Lehrer' recherchierte ich auf diesen Reisen immer nach neuen Quellen, besonders nach klassischen Yoga-Texten. Auch meine Freunde und Bekannten fragten mich oft, ob ich ihnen nicht das eine oder andere Buch mitbringen könnte. Nachdem ich immer wieder einzelne Exemplare aus Indien mitgebracht hatte, folgte bald die erste Sammelbestellung. 2003 ließ ich mich schließlich als Buchhändler eintragen und legte mir ein wachsendes Sortiment an Büchern zu. Um dieses Angebot möglichst vielen zugänglich zu machen, wählte ich das Internet als Plattform. Zusammen mit meiner Partnerin Kerstin setzte ich die Idee eines Webshops um – Kerstin kümmert sich um die Organisation und Verwaltung und ich mich um den Inhalt. Wir haben das im Prinzip ‚einfach so' gemacht: den Webshop konzipiert, das Sortiment erweitert, alles eingestellt, gepflegt und was sonst noch dazu gehört. Es war mehr Arbeit, als ich dachte. Unsere Präsenz im Frühjahr 2009 beim Yoga-Kongress in Potsdam half uns, bei Schulen und Lehrern bekannt zu werden. Positive Feedbacks und eine wachsende Resonanz lassen uns optimistisch in die Zukunft des Yogakosmos blicken."



Verena Hertlein