



YOGA LEHREN 2.0

Die digitale Revolution nutzen

YogalehrerIn zu sein, heißt immer auch SchülerIn zu sein. Um Ihren SchülerInnen einen guten Unterricht zu bieten, müssen Sie dazu lernen.

Text: Tobias Frank

Möchten Sie als Yogalehrerin oder Yogalehrer erfolgreich selbstständig sein, gilt dies nicht nur für die eigene Praxis auf der Matte: Auch in Sachen Business und Marketing sollten Sie Ihre eigenen Fähigkeiten verbessern und auf Veränderungen reagieren.

Willkommen im Internetzeitalter

Leider haben viele Yogalehrende noch nicht realisiert, dass sich unser Kommunikationsverhalten radikal verändert hat: Verfügbarkeit von High-Speed-Datenverbindungen, der Gebrauch von Smartphones und Tablet-Computern prägen unser modernes Leben in einer Weise, wie wir es uns noch vor zehn Jahren niemals hätten vorstellen können.

Die digitale Revolution hat das Potenzial, die Welt der Yogalehrenden zu spalten – in diejenigen, die bereit sind aktiv

teilzuhaben und die digitalen Möglichkeiten zum Wohl ihrer SchülerInnen und potenzieller InteressentInnen zu nutzen, und diejenigen, die sich verweigern und auf überholte Kommunikationsstrukturen setzen. Wer die Chancen der digitalen Welt ignoriert, darf sich nicht wundern, wenn der eigene Erfolg ausbleibt und sich die eigene Selbstständigkeit unerwartet hart und mühsam anfühlt. In diesem Artikel möchte ich Ihnen daher einfache Möglichkeiten aufzuzeigen, wie Sie durch das Internet eine Vielzahl von Menschen erreichen und vielleicht einige davon zu neuen SchülerInnen machen können.

Das Vertrauensproblem

Unser Kaufverhalten als KonsumentInnen hat sich in den letzten Jahrzehnten deutlich gewandelt und das betrifft auch den Yoga-Markt: Vor über 20 Jahren, als es das Internet in der heutigen Form noch nicht

gab, reichte es vielleicht, einfach ein Schild an der eigenen Tür anzubringen und die Leute kamen zu Ihrem Yoga-Unterricht.

Sind Sie die einzige Lehrerin oder der einzige Lehrer in Ihrem Ort, mag das auch heute noch zutreffen. Doch nehmen wir einmal an, Sie unterrichten Yoga in einer Großstadt wie Hamburg, München oder Köln. Oder Sie möchten nicht nur Kurse, sondern auch Workshops, Retreats oder sogar Ausbildungen anbieten. In diesem Fall werden sich Ihre SchülerInnen bei Ihnen sehr genau darüber informieren, ob Sie der oder die Richtige für sie sind. Sie werden sehr genau Ihre Internet-Seite lesen, vielleicht werden sie Ihnen eine E-Mail mit Fragen schicken oder Sie anrufen. Manche von Ihnen werden Ihnen vielleicht auch auf Facebook folgen. Der Punkt ist: Interessierte Menschen werden nicht sofort zu Ihren Kunden. Sie müssen

erst einmal Ihr Vertrauen gewinnen. Und dieser Vertrauensaufbau muss stattfinden, noch bevor jemand überhaupt mit Ihnen persönlich Kontakt hat und zum Beispiel in eine Probestunde kommt.

Viele Yogalehrende, die sich selbstständig machen, glauben, es reiche aus, Webseite und Flyer zu machen und die Kunden kommen in Scharen. Diesem naiven Glauben liegt ein Denkfehler zugrunde: Der andere Mensch kennt Sie nicht. Warum sollte er Ihnen vertrauen? Im Gegensatz zu einem Kaffee, den man bei Starbucks kauft, oder einem Lebensmittel einer bestimmten Marke ist Yoga-Unterricht ein Produkt, deren Qualität in höchstem Maße unsicher ist, weil sie von der Persönlichkeit der Lehrenden, deren Einfühlungsvermögen, Erfahrung und Kompetenz abhängt.

Insbesondere bei Yoga-Angeboten, die mehr kosten als beispielsweise Workshops, Retreats oder Ausbildungen, werden potenzielle InteressentInnen erst einmal vorsichtig reagieren, solange sie Sie noch nicht persönlich kennen und kein Vertrauen aufgebaut haben.

Die eigene Zielgruppe kennen

Meiner Erfahrung nach haben es die meisten Yogalehrenden niemals gelernt, durch ihre Kommunikation (Webseite, Flyer, Newsletter, ...) erfolgreich andere Menschen anzusprechen. Denn Sie haben keine klare Zielgruppe. Das zeigt sich beispielsweise darin, dass auf der Webseite nur von den eigenen Qualifikationen gesprochen wird, was und bei wem man irgendetwas gelernt hat. Auf Facebook werden nur die eigenen Veranstaltungen geteilt oder ein Newsletter besteht in erster Linie darin, dass man die eigenen Termine bewirbt.

Ein wesentlicher Punkt wird dabei ignoriert: Der Nutzen für den anderen Menschen. Bevor ich in Erwägung ziehe, irgendetwas zu buchen oder zu einem Unterricht zu kommen, stellt sich mir die Frage, was ich davon habe. Wird es mir gefallen? Werde ich mich entspannen

können, Inspiration erfahren, Neues lernen?

Informieren statt Werben

Die Lösung für das Vertrauensproblem ist ganz einfach: Beschenken Sie die anderen Menschen mit Informationen, die Ihnen einen echten Nutzen bringen, statt sie mit Werbung zu überfluten. Das Internet 2.0 bietet die Möglichkeit, dass jeder Mensch auf sehr einfache und günstige Weise zum Verbreiter eigener Inhalte werden kann. In den meisten Fällen kostet dies gar nichts – nur die eigene Arbeitszeit. So können Sie zum Autor eines Blogs werden, in dem Sie nützliche Artikel verfassen, zum Beispiel Tipps zu Ernährung, zu einzelnen Yoga-Übungen oder Entspannungstechniken. Oder Sie starten Ihren eigenen YouTube-Channel mit selbstgedrehten Videos oder nehmen einen Podcast auf.

Wenn Ihnen dies zu aufwändig erscheint, können Sie mit einer weniger zeitintensiven Variante des Info-Marketings beginnen: Statt auf Facebook ausschließlich eigene Veranstaltungen zu teilen, überlegen Sie doch mal, welche Blog-Artikel Sie inspiriert haben, welche Filme oder Bücher Sie anderen Menschen empfehlen können oder auf welche Art und Weise Sie noch das Leben anderer Menschen bereichern können. Oder Sie schreiben in Ihren Newsletter nicht nur die eigenen Termine, sondern beginnen mit einem inspirierenden Zitat oder der Beschreibung von einer Yoga-Übung, für alle TeilnehmerInnen, die auch für sich alleine zu Hause praktizieren wollen.

Das Grundprinzip lautet: Erst geben, dann nehmen. Bevor Sie vom anderen etwas einfordern – beispielsweise, dass er einen Kurs oder Workshop bei Ihnen bucht, seien sie großzügig und verschenken Sie etwas, nämlich Ihre eigene Aufmerksamkeit, indem Sie sich Gedanken machen, was dem Anderen wirklich hilft.

Hilfe, ich habe keine Zeit

Konnte ich Sie überzeugen? Oder geht es Ihnen wie vielen Menschen, die an dieser Stelle jetzt vielleicht denken: Klingt toll,

aber ich habe ja jetzt schon keine Zeit. Wie soll ich das schaffen? Natürlich muss jeder selbst für sich entscheiden, wie viel Zeit und Energie er in die eigene Selbstständigkeit investieren möchte. Aus eigener Erfahrung darf ich Ihnen sagen, dass sich Großzügigkeit auszahlt – nicht sofort, aber langfristig. Der erste Blog-Artikel oder das erste YouTube-Video werden Ihnen höchstwahrscheinlich weder großen Ruhm noch scharenweise SchülerInnen einbringen. Doch wenn sie sich dafür entscheiden, über einen längeren Zeitraum digital mit potenziellen InteressentInnen zu kommunizieren, haben Sie die Chance, sehr viele Menschen anzusprechen. Tausende mehr als sie jemals durch klassische Werbemittel wie Flyer erreichen könnten. Denn ein guter Facebook-Beitrag beispielsweise wird nicht nur den eigenen Freunden angezeigt. Wenn diese auf »Gefällt mir« klicken, erfahren davon auch wiederum deren Freunde und so weiter. Einen guten Freund und Kooperationspartner beispielsweise, einen Studio-Besitzer aus Zürich, lernte ich nur kennen, weil er meine Facebook-Posts verfolgte.

Fazit

Aufmerksamkeit ist in der heutigen Zeit ein knappes Gut. Wenn Sie sich dafür entscheiden, potenziellen SchülerInnen erst Aufmerksamkeit zu schenken, bevor Sie sie einfordern, haben Sie einen entscheidenden Vorteil. Durch digitale Medien haben Sie die Chance, mehr Menschen zu erreichen als je zuvor. Durch das Verbreiten nützlicher Informationen gewinnen Sie Vertrauen bei Ihrer Zielgruppe, die sich dann früher oder später auch in steigenden Teilnehmerzahlen widerspiegelt und es Ihnen ermöglicht sich als Yoga-Experte oder -Expertin auf Ihrem Gebiet zu positionieren.



TOBIAS FRANK

ist Yogalehrer, Bodyworker und Buchautor. Sein jüngstes Projekt ist die Yogalehrer Online Akademie »Erfolg mit Herz«, mit der er Lehrende auf dem Weg in die eigene Selbstständigkeit unterstützen möchte (Start Januar 2019). Mehr Informationen unter www.yogalehrer-online-akademie.de