

YOGA-MARKT

Yoga-Therapie – ein neues Modewort als Unique Selling Point in einem enger werdenden Wohlfühlmarkt?

»Nur« YogalehrerIn sein – ist das heute noch genug? Oder braucht man mehr Ausbildungen, um die eigene Qualifikation nachzuweisen? Muss man sich über weitere Titel aus der Masse der Yogalehrenden abheben? Oder ist man sogar mit allein einer Ausbildung als YogalehrerIn womöglich gar nicht in der Lage, verantwortungsvoll Yoga zu unterrichten? Braucht man eine yoga-therapeutische Ausbildung eventuell sogar, um im ganz normalen Yoga-Unterricht keine medizinischen Fehler zu machen?

Text: Dr. Hedwig H. Gupta

Wie kommt es, dass seit einigen Jahren überall Yoga-Therapie-Ausbildungen angeboten werden? Ist der Titel »Yoga-TherapeutIn« ein Alleinstellungsmerkmal, für den sich eine solche Ausbildung lohnt? Oder verbirgt sich ein eigenes Berufsbild hinter diesem Begriff?

Berufsbild der Yogalehrenden

Yogalehrende sind Menschen, die sich intensiv und fundiert mit Yoga auseinandergesetzt haben und sich dadurch in der Lage sehen, andere im Yoga anzuleiten. Yoga ist vielfältig. Die uralte Yoga-Tradition beinhaltet so viele Aspekte, dass auch Yogalehrende nicht alle Aspekte vollständig abdecken können. Je nach Interesse und Ausbildung setzen verschiedene Yogalehrende unterschiedliche Schwerpunkte in ihrer Arbeit und entwickeln ihren persönlichen Stil.

Die Ausbildung

YogalehrerIn kann jeder Mensch werden. Einstiegs-kriterien sind je nach Ausbildungsweg unterschiedlich. Empfehlenswert ist immer eine hinreichend lange eigene Yoga-Praxis. Aufgrund der Vielfalt und der unendlichen Tiefe der verschiedenen Aspekte des Yoga ist jede Yoga-Lehrausbildung ein Kompromiss, der Auswahl und Schwerpunkte hat. Einige Ausbildungen sind stärker körperlich-anatomisch

orientiert, andere stärker philosophisch-spirituell. Eine gute Ausbildung sollte in alle Aspekte des Yoga einführen und angehende Yogalehrende zu einer sicheren Unterrichtspraxis führen. Eine schulübergreifende Qualitätssicherung bieten Ausbildungssiegel wie beispielsweise die Anerkennung durch den BDY und die EYU.

Fortbildung

Auch wer eine gute Yoga-Lehrausbildung genossen und abgeschlossen hat, ist nicht auf allen Gebieten gleich firm. Im Laufe der Zeit sollten sich Gebiete auf-tun, die Yogalehrende vertiefen möchte. Dies ist im Rahmen von weiteren Ausbildungen, Fortbildungen oder persönlichen Lehrern möglich. Im Yoga sollte man nicht stehenbleiben. Daher sind eine kontinuierliche Vertiefung und Erweiterung des Wissens, des Verständnisses und der Fähigkeiten wichtig.

Marketing

Der Yoga ist ein uralter spiritueller Weg. Traditionell kein Gebiet für Marketing, Konkurrenzdenken und Ansammlungen von Alleinstellungsmerkmalen. Wenn wir im Yoga beginnen, andere Yogalehrende als Konkurrenz und Yoga-Übende als zahlende Masse einzuschätzen, dann sind wir vom Yoga-Pfad weit abgekommen. Wir haben das Ziel verfehlt.



Foto: © Rawpixel.com / Adobe Stock

Dennoch leben viele Yogalehrende von ihrer Lehrtätigkeit. Sie möchten, dass sie von potentiellen SchülerInnen gefunden werden und dass den Menschen, die ihre SchülerInnen werden könnten, deutlich wird, wie hoch die Qualität des Unterrichts ist. Einige sammeln auch dafür Ausbildungen.

Aber innere Entwicklung – und darum geht es im Yoga – ist nicht äußerlich messbar. Daher ist Marketing nicht das passende Verfahren für Yoga. Das beste Verfahren, die eigene Eignung als YogalehrerIn nachzuweisen, ist meiner Ansicht nach die Entwicklung der eigenen yogischen Fähigkeiten. Das verlangt mehr von den potentiellen SchülerInnen. Sie können nicht allein nach den Titeln und Qualifikationen auf dem Flyer oder der Website entscheiden, wie gut eine Lehrerin/ ein Lehrer ist. Aber wir trauen ihnen auch mehr zu: diejenigen, die gute, für sie geeigneten Yogalehrende suchen, können sich auch jenseits vom Marketing ein eigenes Bild machen.

Daher sollte man denen, die eine gute Lehrpersönlichkeit suchen, empfehlen, sich verschiedene LehrerInnen anzusehen, Schnupperstunden zu nehmen und hinzuspüren. Die richtige Lehrerin/der richtige Lehrer ist eine höchst individuelle Entscheidung.

Wer im Wohlfühlmarkt eine Masse bedienen möchte, hat aus yogischer Sicht schon die eigenen Grundlagen verlassen. Daher müssen wir mit Marketing und

Titeln extrem vorsichtig sein. Im Umgang nach innen wie nach außen.

Yoga-Therapie

Yoga-Therapie ist eine der vielen Möglichkeiten der Weiterbildung für Yogalehrende. Da der Yoga ein Heilsweg ist, in dem es von Anfang an um die Befreiung vom menschlichen Leid geht, ist die Yoga-Therapie eine sehr naheliegende Vertiefung. Auch wegen der vielfältigen Krankheitsbelastung der Yoga-SchülerInnen, die Yoga oft zunächst nicht so sehr für die spirituelle Entwicklung, sondern zur Erhaltung der Gesundheit oder Behandlung von Krankheiten einsetzen wollen. Beides führt zu einem zunehmenden Interesse von Yogalehrenden an der therapeutischen Dimension des Yoga.

Berufsbild der Yoga-TherapeutInnen

Yoga-TherapeutInnen haben ein ganz eigenes Berufsbild. Yoga-TherapeutInnen sollten die Yogalehrenden werden, die sich intensiv mit dem Themenkomplex Gesundheit, Krankheit und Heilung auseinandersetzen möchten. Die Ausbildung in Yoga-Therapie ist eine Spezialisierung für Yogalehrende, die sich medizinisch fundiert fortbilden, oder für ÄrztInnen, PsychotherapeutInnen und HeilpraktikerInnen, die sich im Yoga gründlich fortbilden. Yoga-TherapeutInnen setzen die verschiedenen Techniken des Yoga so ein, dass gezielt die Gesundheit gestärkt wird und/oder Erkrankungen gelindert werden.

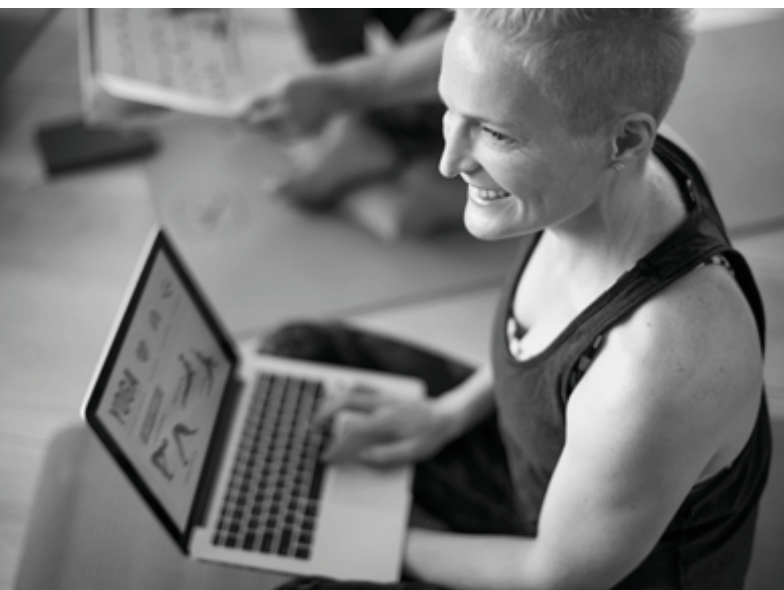


Foto: © Rawpixel.com / Adobe Stock

Die Ausbildung

Eine Yoga-Therapieausbildung muss den Yoga vertiefen – aber vom medizinischen Blickwinkel her. Da Yoga-TherapeutInnen sich in unserem Gesundheitssystem einfügen müssen, ist es zentral, dass sie neben dem Verständnis für die medizinischen Wirkungen und Möglichkeiten der Auswahl der yogischen Instrumente auch das vedische und das schulmedizinische Wissen erarbeiten, das notwendig ist, um Funktionen und Erkrankungen zu interpretieren und diese auch adäquat yogisch zu behandeln. Sie müssen in der Lage sein, mit anderen VertreterInnen des Gesundheitssystems zu kommunizieren und dabei parallel die eigene yogische Logik nicht aus dem Blick zu verlieren. Da dies ein sehr großer Bereich ist, muss eine solche Yoga-Therapieausbildung auch umfassend sein und kann nicht an wenigen Wochenenden erworben werden.

Fortbildung

Auch Yoga-TherapeutInnen sollten kontinuierlich an der Weiterbildung arbeiten. Sie sollten sich auch in diesem Gebiet immer mehr vertiefen, die Übungspraxis weiter differenzieren und das medizinische Wissen vom Grobstofflichen bis ins Feinstoffliche verfeinern. Dies kann über Fortbildungen, Qualitätszirkel und/oder Fallkonferenzen geschehen oder immer wieder über Rückfragen, die bei den eigenen LehrerInnen in Yoga-Therapie in einem Guru-Shishya-Verhältnis erfolgen.

Marketing

Ist eine Ausbildung in Yoga-Therapie nun ein geeigneter Unique Selling Point? Als Nachweis der

durchlaufenen Weiterbildung taugt diese Art der Fortbildung durchaus. Zur Vertiefung der Yoga-Praxis und zur genaueren Arbeit mit den yogischen Mitteln auch. Für die Sicherheit für die Yoga-SchülerInnen, die sich mit Gedanken und Fragen zu ihren gesundheitlichen Problemen an ihre YogalehrerInnen wenden, ebenso. Auch für einen gezielteren Einzelunterricht.

Aber für die Werbung ist die Yoga-Therapie ansonsten kein unproblematischer Aspekt. In unserem Land ist alles, was »Therapie« ist, ein rechtlich kontrolliertes Gebiet. Diagnosen stellen und für diese eine Therapie aufstellen dürfen nur berechtigte Personen wie ÄrztInnen und HeilpraktikerInnen, bei psychischen Erkrankungen auch PsychotherapeutInnen. Möchten also YogalehrerInnen konkret Yoga-Therapie für bestimmte Erkrankungen anbieten, müssen sie entweder selbst ÄrztInnen, HeilpraktikerInnen oder PsychotherapeutInnen werden oder mit mindestens einer Vertreterin/einem Vertreter dieser Berufsgruppen fachlich und räumlich sehr eng zusammenarbeiten.

Ist das nicht ihre Weiterbildung und arbeiten sie nicht in dieser Form zusammen, müssen sie sich gerade im Marketing sehr vorsichtig ausdrücken. Da dürfen keine Heilsversprechen auftauchen. Behandlungen für ein konkretes Krankheitsbild dürfen nicht empfohlen werden, noch nicht einmal dürfen mögliche Indikationen für Yoga-Therapie im Internet oder auf Flyern genannt werden. Im Marketingbereich darf nur die Ausbildung in Yoga-Therapie genannt werden als Hinweis für eine durchlaufene Fachvertiefung.

Zukunftsvision

Diese Rechtslage ist etwas ernüchternd für Menschen, die sich so weitergebildet haben, dass sie auf die Ausbildung zur Yogalehrerin/zum Yogalehrer noch eine in Yoga-Therapie daraufgesetzt haben. Sie sehen sich befähigt, Menschen mit Erkrankungen konkret zu helfen, dürfen aber genau das nur in sehr geringem Maße veröffentlichen und umsetzen. Sie finden sich zum Teil auch noch dafür angefeindet, sei es aus Neid von KollegInnen wegen eines möglichen »Unique Selling Points«, sei es durch unsere Rechtsprechung, die eine Yoga-Therapie ohne Heilerlaubnis als Einbruch in das Heilwesen verbietet.

Daher arbeitet der Berufsverband der Yogatherapeuten, DeGYT e.V., intensiv an der Anerkennung von Yoga-TherapeutInnen als ein freier Therapieberuf. Dies ist ein wichtiger Prozess, um das Berufsbild von Yoga-TherapeutInnen einerseits zu schärfen



Foto: © Rawpixel.com / Adobe Stock

und andererseits legal in unser Gesundheitssystem zu integrieren.

Zusammenfassung

Yoga ist ein altes, sehr tiefgründiges und vielseitiges System der persönlichen Entwicklung. Mit einem Wohlfühlmarkt hat der Yoga gar nichts zu tun. Diese Entwicklung ist eine Fehlentwicklung, die am Ziel des Yoga vollständig vorüber geht. Trotzdem leben viele Yogalehrende von ihrem Unterricht. Um das Interesse von Menschen zu wecken und um Qualität nachzuweisen, werden in der heutigen Welt gerne Marketingtechniken eingesetzt. Eine Marketingstrategie kann es sein, Weiterbildungen und Fortbildungen zu dokumentieren. Das ist eine integre Art der Werbung, da sie über wirklich geleistete Weiterbildungen informiert. Aber sie ist kein Garant für hohe Qualität. Diese hängt nicht nur an der formalen Weiterbildung, sondern vor allem auch an der inneren Entwicklung.

Yoga-Therapie ist nicht nur eine medizinische Weiterbildung für Yogalehrende, sondern ein eigenes Berufsbild. Da der medizinische Bereich sehr groß ist und Yoga-TherapeutInnen verantwortungsvoll mit erkrankten Menschen arbeiten können sollen, ist diese Weiterbildung umfangreich. Als Werbemaßnahme ist sie nur in äußerst geringem Umfang möglich und sinnvoll, da das Stellen einer Diagnose und das Durchführen einer Therapie in Deutschland nur speziell dafür

zugelassenen Berufen erlaubt ist. Wirbt ein Mensch, der nicht zu diesen Berufsgruppen gehört, mit der yoga-therapeutischen Behandlung, dann könnte sich dieser Unique Selling Point schnell gegen denjenigen richten. Daneben ist der Aufwand einer solchen medizinischen Ausbildung für eine reine Werbemaßnahme viel zu hoch.

Schlussfolgerung

Yoga-Therapeutinnen/Yoga-Therapeuten haben ein eigenes Berufsbild. Sie arbeiten über ihren Berufsverband, den DeGYT e. V., für eine Anerkennung als freier Heilberuf – und dies ist in keiner Weise zu verwechseln mit einer Marketingstrategie.

Interessante Internetadresse zur weiteren Vertiefung Heilpraktikergesetz: www.gesetze-im-internet.de/heilprg/BJNR002510939.html

Deutsche Gesellschaft für Yogatherapie e. V. (DeGYT): www.degyt.de



DR. MED. HEDWIG H. GUPTA
 Fachärztin für Orthopädie und Rheumatologie, Ayurveda, therapeutischer Yoga, Akupunktur, manuelle Medizin. Leiterin der »vidya sāgar Akademie für Ayurveda und Yoga-Therapie«, See-str. 5, 71638 Ludwigsburg. ausbildung@vidya-sagar.de, www.vidya-sagar.de