

## SELBSTSTÄNDIG ALS YOGALEHRENDE/R OHNE EIGENES STUDIO

# »Mit dem Mindset der Person steht und fällt alles«

Dr. Zrinka K. Fidermuc Maler ist Yogalehrerin und Coach. Ihr Coachees unterstützen nebenberuflich Yogalehrende, die gerne von der Yogalehrtätigkeit leben würden, auf dem Weg zum eigenen Business. Ein Interview mit dem Deutschen Yoga-Forum führt sie aus, vor welchen Herausforderungen ihre Coachees stehen und mit welchen Fragen sie die Coachees auf ihrem Weg begleitet.

Interview: Jessica Fink

**Jessica Fink:** Ihr Angebot richtet sich an Yogalehrende ohne Studio – und Sie selbst hatten auch nie eins. Welche Vorteile hat es, Yogalehrende ohne eigenes Studio zu sein?

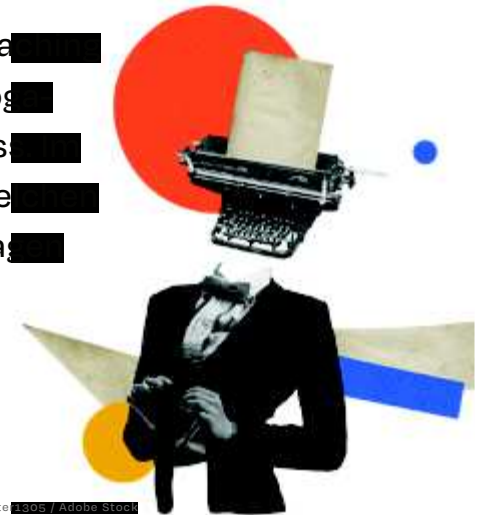
**Dr. Zrinka:** Ein Yoga-Studio zu haben bedeutet, dass man sich für ein bestimmtes Geschäftsmodell entschieden hat. Ein Yoga-Studio hat Vorteile und Nachteile genauso wie ein anderes Geschäftsmodell, das nicht auf einem Yoga-Studio basiert. Wenn man ein Yoga-Studio nicht eröffnen möchte, trotzdem aber als Yogalehrende monetär erfolgreich arbeiten möchte, muss man andere Wege gehen. Diese Wege sind die Wege der kreativen Gestaltung des eigenen Geschäftsmodells. Als Yogalehrer ohne Studio ist es unentbehrlich, dass man in diesem Prozess der kreativen Gestaltung ein gewinnbringendes und individuell-persönliches Geschäftsmodell für sich entwickelt. Diese Phase der Entwicklung des Geschäftsmodells nennt sich entrepreneurial Design. In der Phase entwirft man aktiv und kreativ die eigene Zukunft.

Gibt es etwas Schöneres als die Erkenntnis, dass alles in meiner Verantwortung ist? Dass ich kein Opfer bin, sondern freudige Gestalterin meines eigenen Lebens? Die Vorteile, als Yogalehrer ohne Studio zu arbeiten, liegen auf der Hand.

## VORTEILE DER SELBSTSTÄNDIGKEIT

- die Selbstverwirklichung durch das ganze Spektrum der Yoga-Wissenschaft,
- eine ganz spitze Positionierung mit dem Status eines Nischenexperten innerhalb der umfassenden Yoga-Branche,
- Expertise über die Bedürfnisse und Probleme der Zielgruppe,
- das etwas geringere Startkapital, da man keine fixe Kosten für die Raummiete und das Personal hat,
- mehr monetäre und zeitliche Flexibilität,
- man lernt in Komponenten zu denken, das heißt die Bereiche des eigenen Unterfangens gleich an professionelle Dienstleister (Buchhaltung, Assistenz ...) auszulagern,
- ununterbrochener Fokus auf die Kernaufgaben, die einem Freude machen und das Geschäft strategisch nach vorne bringen.

Als selbstständig Agierender kann man durchaus viel mehr erwirtschaften, als einem ein Arbeitgeber je zahlen würde. Für manche ist das Geld der Anreiz, für die anderen die Freiheit in der inhaltlichen Gestaltung der Arbeit, für die dritten die zeitliche Flexibilität und so weiter. Nichtsdestotrotz muss man bei diesem Geschäftsmodell die Digitalisierung der eigenen Dienstleistung in den Vordergrund stellen.



© maste 3405 / Adobe Stock

Die Digitalisierung bedeutet auch Investments zu tätigen. Diese sind relativ überschaubar und können nach und nach getätigt werden. Kein Geschäft, auch kein Yoga-Geschäft, funktioniert ohne Geld. Wenn man es aber smart plant und andere dafür begeistert, bekommt man auch Geld dafür. Am einfachsten ist es selbstverständlich, in der Familie Förderer zu finden. Es gibt aber auch extern Zuschüsse, Fördertöpfe und staatliche Hilfen in dieser Anfangsphase. Wer es ernsthaft meint, findet auch Geld und die Wege daran zu kommen.

**Was macht es Yogalehrenden so schwer, auf dem Markt Fuß zu fassen und als FreiberuflerInnen zu bestehen, dass viele gar nicht erst probieren, von der Yoga-Lehrtätigkeit zu leben?**

Mit dem Mindset der Person steht und fällt alles. Die meisten vertrauen sich selbst nicht, fühlen sich klein und schwach, trauen sich nicht, mutige Wege zu gehen und Fehler zu machen, fragen Menschen um Rat, die niemals progressive, mutige Wege gegangen und nicht entscheidungsfreudig sind. Meine Empfehlung hier: Bitte niemals angestellte Menschen um Rat fragen, wenn es um die Selbstständigkeit geht. Frage niemals Deine Familie bei schweren Entscheidungen um Erlaubnis. Sie werden Angst um Dich und sich haben und Dich von Deinem Weg abbringen. Nicht weil sie böse sind. Finde Menschen, die den Weg gegangen sind und bereit sind, Dir den Weg auch zu zeigen. Die meisten Menschen leben unzufrieden in einer Komfortzone, die sehr trügerisch ist und das eigene Potenzial systematisch verringert. Jeder Entscheidungsprozess dauert Monate. Da ist der »Zug« – die Gelegenheit, der Zeitpunkt, die positive Energie et cetera – schon längst abgefahren. Außerdem meinen die meisten Yogalehrenden, dass sie keine Geschäftsleute sind. Mein Klartext: Niemand ist damit geboren worden. Das Geschäft, die geschäftliche Denk- und Handlungsweise lernt man genauso leicht oder schwer wie die āsana, Mantren, Sūtren oder Sanskrit. Die Frage ist nur, ob ich willig bin, das zu lernen, um mein Ziel zu erreichen.

**Welche Fragen bearbeiten Sie in Ihrem Coaching mit den Yogalehrenden?**

Ich beantworte jedenfalls alle Fragen, die mir Coachees stellen. Tatsächlich stelle ich sehr, sehr viele Fragen. Die Hauptfragen im Business Coaching lauten wie folgt:

1. Weißt Du, was Dich konkret und andauernd antreibt? Was führt Dich immer zu Höchstleistungen?  
Damit definieren wir persönliche Antreiber
2. Was kannst Du leicht, mühelos, gern, immer, mit Freude, Inspiration tun? Was kannst Du besser als alle andere?  
Damit sammeln wir alles, was in Deinem Kompetenzbereich ist und bilden daraus das Feld Deiner Expertise.
3. Was sind besondere Merkmale Deiner Dienstleistung?  
Damit erarbeiten wir möglichst viele Alleinstellungsmerkmale der Dienstleistung.
4. Wie genau läuft Deine Beratung/Lehre/Coaching et cetera ab? Wie lange begleitest Du Deine Kunden? Wie kommen die Kunden zu Dir?  
Damit definieren und leiten wir den Prozess in der Customer Journey.
5. Wie viele Dienstleistungen hast Du?  
Damit wollen wir mindestens drei diverse Produktdienstleistungen klar definieren, damit Du nicht nur Hatha-, Yin-, Vinyāsa-Yoga et cetera gibst.
6. Wie sind sie preislich eingestuft?  
Damit stellen wir sicher, dass Deine Dienstleistungsprodukte für mindestens drei diverse Budgets entworfen sind.
7. Wo und wie bist Du auf dem Markt positioniert?  
Damit wollen wir Deinen bevorzugten Markt definieren – Positionierung –, damit Du nicht nur als Yogalehrende/r im zum Beispiel im Turnverein arbeitest.
8. Wie sehen Deine Verträge mit den Kunden aus? Hast du AGBs?

Den Coaching-Prozess kann man sich vereinfacht so vorstellen: Ein Architekt möchte ein Hochhaus bauen. Dafür muss er zunächst am PC das Haus planen, jedes Detail vorhersehen und die Kosten dafür bestimmen. Ist das getan, wird gebaut, sobald der Auftraggeber das grüne Licht gibt. Im Coaching tun wir das Gleiche. Erst nach dieser Planungsphase »baut« man sein Yoga-Geschäft auf. In zwei bis drei Jahren müsste der Umsatz schon bis zu 200 000 Euro sein. Einige Mutige schaffen hohe sechsstelligen Umsätze oder Millionen in dieser Zeit. Nach



Damit stellen wir sicher, dass Du nicht eine/r bist, die/der sich nur auf mündliche Vereinbarung verlässt, sondern smart seine eigenen Konditionen – rechtliche Grundlagen – definiert.

#### 9. Wer ist Deine Zielgruppe?

Damit definieren wir ganz genau und im Detail Deinen Kunden-Avatar, so dass Du Erfolg hast und die Menschen Deine Dienstleistung erkennen. Daher sind die meisten KundInnen in der Nische nicht in den Yoga-/Fitness-Studios oder Turnvereinen.

#### 10. Wie sieht Deine Marketingstrategie aus?

Damit stellen wir sicher, dass Du verstehst, wie sie zu gestalten ist und aussehen muss, und dass nur das Posten in Social Media nicht die Resonanz bringt, die Du benötigst (Marketingstrategie ist ein Teil der Geschäftsstrategie).

#### 11. Wie sieht Deine finanzielle Planung aus?

Damit stellen wir sicher, dass Du einen Geschäftsplan für 12 bis 60 Monate hast.

#### 12. Wie und wie viel verkaufst Du im Monat?

Damit stellen wir sicher, dass Du lernst, wie Du den Verkauf/Vertrieb machst und das auch kontinuierlich umsetzt, da dies nichts Angeborenes ist, sondern etwas, was wir lernen können.

#### 13. Wie sehen Deine Rituale und Zeitplanung aus? Hast Du Angst und Selbstzweifel? Entscheidungsschwäche? Wie gehst Du mit diesen Gefühlen um?

Damit stellen wir sicher, dass du neben der Āsana- und Meditationspraxis andere Werkzeuge benutzt, um mehr mit Leichtigkeit zu schaffen (Empowerment durch Kompetenz- und Selbstmanagement).

meinem Business-Coaching kommt man mit einem klaren Kopf und Plan in die Gründungsberatung, sofern man diese Finanzierung in Anspruch nehmen möchte. Wer das nicht möchte, kann gleich loslegen. Mein Business-Coaching ist auch als Schulungsmaßnahme anerkannt und von der Umsatzsteuer befreit. Jedenfalls kommen die Yogalehrenden mit vielen Lösungen aus dem Coaching, für die sie sich die Jahre der Suche, Umwege und Kosten sparen.

Eins möchte ich noch hervorheben, weil viel Unwissen ums Coaching herrscht: Die Selbstständigen

müssen im und nach dem Coaching anpacken und viel selbst machen. Das Geschäft ist ein lebendiger Organismus, der sich ständig verändert und Aufmerksamkeit von uns verlangt. Nach vorne kommen nur, die bereit sind, sich einzusetzen und dauerhaft nach vorne zu gehen. Das Coaching ist eine Sparring-Partnerschaft und keine Schule. Der Akzent liegt auf der Umsetzung der Inhalte und Lösungen und nicht auf dem Konsum der Inhalte.

**Welche Chancen und welche Herausforderungen entstehen für freiberufliche Yogalehrende durch die Digitalisierung, die sich ja während der Pandemie stark beschleunigt hat?**

Die Chancen sind riesig. Der Markt beziehungsweise die Zielgruppe wird größer. Damit können wir noch schärfer positionieren und die Zielgruppe bilden, die bei uns einkauft. Damit kann auch unser Umsatz wachsen. Die Herausforderung liegt in der Bereitschaft, gezielt digitales Knowhow zu erwerben und in dieses Wissen auch zu investieren sowie in der Bereitschaft, sich selbst täglich zu verändern. Die strategische Entscheidung darüber, welches Wissen nötig ist, trifft man auch in meinem Business-Coaching. Aus meinem Coaching kommen die Yogalehrenden mit dem eigenen schlüsselfertigen Projekt. Einige Yogalehrende, die lange auf dem Markt sind, aber monetär nicht nach vorne kommen, müssen sehr viel verändern und anpassen. Zu fast 100 Prozent entstehen neue Firmennamen, neue Produktdienstleistungen, neue Texte für die Webseite und Social Media, neue Zielgruppen und Kunden, neue Ansprache, Verträge, Preise und vor allem jede Menge Optimismus und Selbstzuversicht.

**Vielen Dank für das Interview!**

#### DR. ZRINKA K. FIDERMUC MALER

ist Coach und Autorin des Buchs »Verdiene was Du wert bist – Business-Coaching für Yogalehrer ohne Studio« (<https://elopage.com/s/DrZrinka/verdiene-was-du-wert-bist>). Mit »Dr. Zrinka Empowerment & Integral Health« löst sie die Probleme der Mitarbeiter und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen und Konzernen, wenn ihr Mindset, ihre Gefühle, die Soft Skills und ihre physische Kraft nicht ausbalanciert sind. Kostenfreie Beratung (20 Minuten) für Coaching-Interessierte [www.etermin.net/dr-zrinka?servicegroupid=108940](http://www.etermin.net/dr-zrinka?servicegroupid=108940), <https://dr-zrinka.com>, Instagram: [dr\\_zrinka](https://www.instagram.com/dr_zrinka)