



Foto: © JJ Ying / unsplash.com

---

YOGA IN UNTERNEHMEN

## Business-Yoga

Für jeden Geschmack und jedes Ziel existiert heute ein Yoga-Weg. Es verwundert also nicht, dass Yoga auch seinen Weg in die Wirtschaft gefunden hat. Warum?

Text: Julia Cremasco

Es ist kein großes Geheimnis mehr, dass

- a) der Mensch von heute immer gestresster ist und
- b) die Unternehmen die Bedeutung der Mitarbeitergesundheit verstanden haben.

Aber vergessen wir auch nicht:

- c) Die Krankenkassen und der Staat bezuschussen die Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz.

Was will ich damit sagen? Die Symbiose »Wirtschaftsunternehmen – YogalehrerIn« ist eine wertvolle und lukrative zugleich. Es ist lediglich eine Frage der Ausgestaltung.

Ich selbst bin als Expertin für Stressbewältigung und den Aufbau einer lebendigen Balance im Alltag in Schleswig-Holstein und Hamburg in Vollzeit selbstständig tätig und biete seit 2013 Business-Yoga an. In diesem Artikel werde ich ausschließlich meine Erfahrungen wiedergeben. Vor meiner Selbstständigkeit war ich übrigens in diversen Unternehmen und Branchen auf verschiedenen Hierarchiestufen angestellt tätig. Ich kenne den Stress in der Dienstleistungsbranche und der Hotellerie, Zeitdruck in New Media und Belastungen durch hierarchische Strukturen und Ränkespielchen in Institutionen. All diese Erfahrungen helfen mir, in einem Unternehmen Yoga anzubieten. Und hier berühre ich auch schon einen ersten inhaltlichen Punkt, den ich gleich weiter ausführen werde. Zuvor möchte ich aber eine Übersicht über alle Punkte meines Artikels bieten:

1. Die Yoga-Lehrerpersönlichkeit: Passt meine Persönlichkeit zur Branche, in der ich Yoga anbieten will? Passt mein Mindset in die Wirtschaftswelt?
2. Wie können verschiedene Formate von Yoga im Unternehmen aussehen?
3. Welche Angebote für Mitarbeiter und welche für Führungskräfte gibt es?
4. Können neben Körper- und Atemübungen auch weitere Übungsformen des Yoga vermittelt werden? Wie ist es mit Ideen aus der Yoga-Philosophie?
5. Wie kann sich Yoga auf die einzelne Mitarbeiterin/den einzelnen Mitarbeiter, die Unternehmensführung oder das gesamte Unternehmen auswirken?

### Mein yogisches Mindset in der Wirtschaftswelt

Biete ich klassischen Yoga-Unterricht an, so bestimme ich meist zu 100 Prozent die Ausgestaltung, die Inhalte, die Art und Weise meines Unterrichts. Es ist quasi »meine Show« und meine TeilnehmerInnen kommen zu mir, weil sie davon begeistert sind. Sobald ich jedoch Business-Yoga anbiete, gebe ich einige dieser Prozentpunkte auf. Oder anders gesagt: Ich

sollte in Ansätzen ähnlich ticken wie das Unternehmen, in dem ich meinen Auftrag ausführen möchte, oder zumindest dieses gut verstehen.

Ich sollte bereit sein, die Spielregeln des Betriebes und seine Vorstellungen bezüglich des Yoga-Angebotes zu akzeptieren. Gleichzeitig sollte ich mich und meine Aufträge hinterfragen: Fühle ich mich wohl mit dem, was der Auftraggeber von mir fordert? Will ich auf diese Weise Yoga vermitteln oder muss ich mich im hohen Maße verbiegen? Sollte letzteres der Fall sein, werde ich mich wahrscheinlich nicht lange mit dem Auftrag wohl fühlen. Auch diejenigen, die ein starkes, spirituelles Sendungsbewusstsein haben, sollten gut darüber nachdenken, ob der Schritt in die Businesswelt der passende für sie ist. Nie sollte man vergessen, dass man auch Aufträge ablehnen darf. Ich habe selbst schon große Businessaufträge abgelehnt, weil ich gespürt habe, dass der Auftrag nicht zu mir passt. Ja, wir verkaufen uns – aber bitte nicht zu jedem Preis.

Will ich mit Business Yoga starten, sollte ich mir im ersten Schritt diese Fragen beantworten:

- Kenne ich meine Zielbranche, für die ich tätig sein möchte, gut? Mag ich diese Branche?
- Verstehe ich, wo in der Branche und im Unternehmen der »Stress-Schuh« drückt?
- Spreche ich die »Sprache« dieser Branche?

### Verschiedene Formate von Yoga im Unternehmen

Business Yoga – was ist das eigentlich? Es gibt schlichtweg keine Definition und das ist gut so! Folgende Formate habe ich bereits selbst ausgestaltet, der Fantasie sind aber keine Grenzen gesetzt:

- a) Einmalige Kurzworkshops zum Reinschnuppern, zum Beispiel im Rahmen eines Gesundheitstages im Unternehmen: Der Klassiker im Businessbereich. Diese Workshops umfassen meist 20 bis 45 Minuten, wobei in der Regel 30-minütige Einheiten gebucht werden. Da solch ein Gesundheitstag in der Regel ganztags stattfindet, finden auch mehrere, identische Yoga-Session direkt hintereinander statt. Bei diesen Kurzworkshops kann es sich sowohl um Angebote in Sportkleidung auf der Yoga-Matte handeln als auch um »Hocker-Yoga« in Alltagskleidung.
- b) Kombinationen aus theoretischen Anti-Stress-Themen und praktischen Yoga-Sessions, gern im Rahmen von Gesundheitstagen: Für mich ist diese Kombination Normalität, aber auch Yogalehrende, die nicht wie ich zusätzlich coachend beziehungsweise psychotherapeutisch arbeiten, sollten in Stressthemen fit sein, wenn sie Präventionsmaß-

nahmen anbieten. Und aus meiner Sicht lockert diese Mischung solche Einheiten wunderbar auf.

- c) Wöchentliche oder monatliche Angebote über jeweils x Minuten in der Mittagspause, nach Feierabend: Dieses Format kommt dem klassischen Gruppenkurs am nächsten. Aber auch hier haben wir die Besonderheit, dass in der Regel die einzelne Einheit kurz ausfällt, insbesondere wenn es sich um ein Angebot in der Mittagspause handelt. 30 bis 45 Minuten sind hier meist gefragt. Selten besteht der Wunsch nach 90-minütigen Stunden.
- d) Jahresaufträge über x Termine, wobei die Termine immer an einem bestimmten Tag stattfinden: Diese Anfrage ist selten, aber Realität. Gründe dafür sind finanzielle und saisonale Hürden. Die Institution beziehungsweise das Unternehmen hat zum Beispiel nicht das Budget, um regelmäßig ganzjährig einen Kurs anzubieten, und zugleich steht von vornherein fest, dass zu bestimmten Jahreszeiten oder in bestimmten Wochen sowieso keine Yoga-Session durchgeführt werden kann, da die Mitarbeiter zu der Zeit stark in die unternehmerischen Abläufe eingebunden sind.

Alle beschriebenen Formate finden in der Regel von montags bis freitags statt. Erst einmal wurde die Idee für ein mehrstündiges Yoga-Wochenendangebot an mich herangetragen. Es kam jedoch nicht zur Umsetzung.

Noch etwas sollte in Sachen »Format« bedacht werden: Findet im Unternehmen wirklich die klassische Yoga-Session auf der Matte statt? Nach meinen Erfahrungen ist das eher die Ausnahme. »Matten-Yoga« kann als Workshop interessant sein oder für Gruppen, die nach Feierabend im Konferenzraum Yoga machen möchten. Viele Mitarbeiter wollen zum Feierabend physisch raus aus dem Unternehmen. Im Betrieb zu bleiben, auch wenn es für einen Yoga-Kurs ist, fühlt sich für viele an wie »weiterarbeiten«.

Hinzukommen organisatorische Herausforderungen: Wer Mattenunterricht im Unternehmen anbieten will, muss sich darauf einstellen, für alle TeilnehmerInnen Matten mitzubringen und vor Unterrichtsbeginn selbst Tische zu rücken. Bei zehn TeilnehmerInnen ist das ein nettes »Geschleppe«. Wer mit dem Auto vorfahren kann und einen Parkplatz vom Unternehmen gestellt bekommt, kann sich glücklich schätzen. Denn das ist die Ausnahme.

Tatsächlich äußert sich vielfach das Yoga-Bedürfnis der Betriebe dahingehend, im beruflichen Alltag

Entspannung in Form von möglichst stressfreiem Yoga ohne großen Aufwand zu finden. Das bedeutet: Die TeilnehmerInnen möchten in ihrer Arbeitskleidung bleiben, nicht schweißtreibend in Bewegung kommen und schon gar nicht Umräumaktionen starten müssen. Und genau das ist die Yoga-Variante, die am häufigsten nachgefragt wird im betrieblichen Kontext: arbeitsplatztaugliche Übungen auf dem Stuhl.

Will ich ein Business Yoga-Angebot platzieren, sollte ich mich auch hier hinterfragen: Fühle ich mich mit den Formaten wohl, die in einem Unternehmen realisierbar sind?

### Angebote für Mitarbeiter und Führungskräfte

Anders als in Coaching-Workshops unterscheide ich persönlich beim Yoga nicht zwischen MitarbeiterInnen und Führungskräften. Ich betrachte die Teilnehmenden in ihrem Menschsein – nicht in ihren betrieblichen Rollen und Funktionen. Was wir in diesem Zusammenhang nicht vergessen dürfen: Wahre Heerscharen von TeilnehmerInnen melden sich in der Regel nicht zum Business-Yoga an. Es macht deshalb organisatorisch meist wenig Sinn, Führungskräfte separat mit einem Yoga-Angebot zu versorgen – es sei denn, das Unternehmen wünscht genau das. In dem Fall läuft es für die Führungskräfte aufgrund ihrer Tagesstruktur oft darauf hinaus, dass die Yoga-Session frühmorgens vor der eigentlichen Arbeit beginnt oder aber am Abend. Mittagspausen-Yoga können sich die wenigsten Führungskräfte zeitlich leisten. In den frühen Morgenstunden oder am Abend ist die



Foto: © JJ Ying / unsplash.com



Foto: © JJ Ying / unsplash.com

Wahrscheinlichkeit dagegen am größten, dass die Yoga-Session nicht häufig von anderen Terminen torpediert wird.

In der Praxis sieht es meist so aus, dass in einer 10er-Gruppe ein oder zwei TeilnehmerInnen eine Führungskraft ist. Mehrfach habe ich von Führungskräften gehört, dass sie grundsätzlich nicht betriebliche Gesundheitsangebote nutzen, da sie sich zu sehr beobachtet fühlen von den anderen TeilnehmerInnen: Sie tendieren lieber zu anonymen Angeboten jenseits des Unternehmens, wo niemand ihren beruflichen Hintergrund kennt.

### **Mentale Übungsformen und Yoga-Philosophie**

Können neben Körper- und Atemübungen auch weitere Übungsformen des Yoga vermittelt werden? Wie ist es mit Ideen aus der Yoga-Philosophie? Ich erlebe es in den Business Yoga-Maßnahmen immer wieder,

dass geleitete, mentale Entspannungsübungen begeistert angenommen werden. Die Übenden lieben es auf einem akustischen Klangteppich – nämlich meinem meditativ-hypnotischen Redefluss – einfach für den Moment in äußerer Unbewegtheit und innerer Stille zu versinken. Diese feine Gratwanderung zwischen Wachheit und Schlaf ist für viele eine andere Art des Power-Nappings, bei dem zum Glück kein Schlüsselbund fallen muss.

Ja, manchmal bin ich im Unternehmen einfach nur die »Entspannungstante«. Wie ich genannt werde, ist nicht wichtig. Manchmal heißt das, was ich anleite, im Betrieb nicht einmal »Yoga«, da viele damit etwas verbinden, von dem sie sagen, dass sie »so was nicht können«. Man muss nur Youtube oder Instagram starten, um dieses Vorurteil zu verstehen: Schnell findet man Filme und Bilder, die Menschen in akrobatischen Posen zeigen. Dass Yoga viel mehr

ist, wird dort verschwiegen. Doch genau da liegt die Chance, wenn den Teilnehmenden erst einmal nur gesagt wird, dass »wir verschiedene Wege zur aktiven Entspannung ausprobieren werden und dabei sowohl den Körper und den Atem als auch mentale Prozesse nutzen werden«. Am Ende zählen Ergebnisse. Ob das dann im Unternehmen als Yoga bezeichnet wird oder nicht, ist nicht relevant. Schrittweise sickert meist im Laufe eines Kurses die Erkenntnis bei den Übenden ein, dass die Übungen aus dem Yoga kommen.

Mit yoga-philosophischen Inhalten bin ich im Business-Kontext vorsichtig: Vielfach wird Yoga immer noch dahingehend missverstanden, dass Religion beim Praktizieren eine Rolle spielt. Nicht wenige Unternehmen reagieren äußerst sensibel auf Techniken, die auch nur im Ansatz manipulativ sein könnten. Philosophische Aspekte rutschen leider recht schnell in genau diese Schublade. Im Businessbereich sind »Anti-Scientology-Klauseln« normal in den Dozentenverträgen. Mittlerweile fordern einige Unternehmen sogar die Distanzierung von Inhalten des Neuro-linguistischen Programmierens (NLP). Ein nach meinem Erleben gangbarer Weg ist es, in homöopathischen Dosen philosophische Aspekte einzustreuen, allen voran die Einladung zur Gewaltlosigkeit anderen und sich selbst gegenüber. Denn gerade das Nichtvorhandensein eben jener trägt in der heutigen Leistungsgesellschaft maßgeblich zur Erschöpfung bei. Es ist dennoch in jedem Unternehmen immer wieder gutes Spüren von der Dozentin/dem Dozenten gefragt, wie viel oder wenig Philosophie Raum bekommen darf. Je tragfähiger der Kontakt zur Gruppe ist, desto mehr ist möglich. Was zu Kursbeginn unmöglich erschien, ist im letzten Kursdrittel wohlmöglich willkommen. Feedback in beide Richtungen hilft beim Ausloten ungemein.

### Auswirkungen auf die MitarbeiterInnen und das gesamte Unternehmen

»Alles kann, nichts muss« – so wie alle Yogalehrenden eigene Vorstellungen davon haben, was sich bestenfalls durch Yoga bei den Übenden entwickelt, kann doch niemand voraussagen, was am Ende wirklich entsteht. Im Yoga und ganz besonders im Business Yoga sollte ich meine eigene Messlatte tief hängen und mich nicht an Zielen abarbeiten. Es entsteht, was entstehen will. Der Prozess ist nicht abgeschlossen, wenn mein Auftrag beendet ist, sodass ich vielleicht gar nicht mitbekomme, was für eine Wirkung sich mittel- oder langfristig entfaltet.

Wenn ich Yoga anleite, dann freue ich mich, wenn die Teilnehmenden mir erzählen, dass

- sie in den Stunden zur Ruhe kommen und Abstand zu den Arbeitsthemen gewinnen können,
- sie die eine oder andere Bewegungs- oder Atemübung auch jenseits der gemeinsamen Stunden wiederholen, weil sie guttaten,
- durch das Wiederholen von Körperübungen muskuläre Dysbalancen gemildert werden.

Mit Blick auf die ganze Gruppe bekomme ich immer wieder das Feedback, dass die Gruppenmitglieder sich einander näher fühlen (weil sie zusätzlich etwas verbindet jenseits der Arbeitsaufgaben) und deshalb jenseits der Yoga-Stunden achtsamer miteinander umgehen. Und genau dies kann sich weiterentwickeln, sodass langfristig das gesamte Unternehmen von diesem Effekt angesteckt wird und die Unternehmenskultur sich weiterentwickelt. Ich kann nie wissen, ob es so weit geht. Aber der Gedanke, dass es möglich ist, ist schön. Und deshalb ist Business-Yoga für mich persönlich so wertvoll.

Mein Fazit: Business-Yoga ist ein wertvoller Beitrag zur heutigen Gesellschaft und zugleich eine äußerst interessante Einnahmequelle für Yogalehrende. Aber alle, die diese Form des Yoga anbieten wollen, sollten sich und ihre Lehrpersönlichkeit gut hinterfragen: Passt das wirklich zu meiner Persönlichkeit und meinen unternehmerischen Zielen? Wenn ich dies uneingeschränkt und aus tiefster Überzeugung bejahen kann, dann: Go for it!



#### JULIA CREMASCO

Als Experte für Resilienz und Stressbewältigung hilft Julia Cremasco Unternehmen, Teams sowie Einzelpersonen in gesunde Balance zu finden – für ein Mehr an persönlicher Lebensqualität, stabiler Unternehmenskultur und wertschätzender Kommunikation. Sie bietet Vorträge, Workshops, Kurse, Psychotherapie (nach den Richtlinien des Heilpraktikergesetzes) und Beratung/Coaching (on- und offline). Da ihr der ganzheitliche Ansatz wichtig ist, spielt neben der Ernährung auch Yoga eine zentrale Rolle. Julia Cremasco beschäftigt sich seit Anfang der 2000er mit Yoga und ist seit 2012 Yogalehrerin BDY/EYU. [www.cremasco.de](http://www.cremasco.de), [www.xing.com/profile/Julia\\_Cremasco/portfolio](http://www.xing.com/profile/Julia_Cremasco/portfolio)