

Sehr wertvolle Anregungen und Inspirationen erhalte ich durch Fortbildungen und Seminare, oder auch über den Austausch mit Kolleginnen. Viel kann ich lernen durch Lesen guter Fachliteratur. Doch wenn ich mich so umschaue in der »Yoga-Welt«, sehe ich – natürlich gefärbt durch die Brille meiner eigenen Wahrnehmung – so viele »Berühmtheiten«, so viele »namhafte« YogalehrerInnen auf Konferenzen und Kongressen, höre von ständig neuen Stilen und Trends. Und das löst in meinem Bauch einen Hunger aus – mañipūra – die Willenskraft, die vorwärts treibt. Ich würde mich auch gerne überall dort sehen, im »Glanz« der Großen, möchte alles kennen lernen, hier herein schnuppern, dort dabei sein, diesem Trend folgen, »in« sein. Aber oft ist es für mich schlicht unmöglich, (schon allein finanziell) diese Vielfalt anzunehmen oder zu durchblicken, fühle ich mich verirrt in diesem Dschungel der Angebote, bin geblendet von all den Yoga-Schönheiten auf Hochglanz-Papier.

Oder ist es doch das Ego, und nicht die Kraft aus der »Edelsteinstadt«, das mich umtreibt, und dennoch dieses Gefühl hinterlässt, davon »niemals satt werden zu können«? Vielleicht fehlt manchmal das »Verdauen« all dessen, was schon in mir ist, was der eigenen Praxis innewohnt, die das Feuer täglich schürt.

Und darum tat es so gut, zum Nabel der Yoga-Lehrwelt zurück zu finden. Die Fülle, die schon da ist, zu spüren:

Ich bin genährt und warm und satt.
Ich habe ein reines Gefühl.
In meinem Bauch-Zentrum.

Manchmal kann weniger mehr sein. Und das, wonach man zu suchen trachtet, ist schon da. Man muss nur klar sehen.

Birgit Wiczorek



Yoga im Trend

Wenn Yoga üben – egal, ob nach einem neuen Trend oder einer alten Tradition – das Ziel hat, mitten in der Gesellschaft ein Leben in innerer Freiheit zu führen, dann ist nicht wesentlich, in welchem Outfit der Yoga daher kommt. Es macht die Yoga-Landschaft breiter und bunter.

Trends verbinde ich zunächst einmal mit Mode. In diesem Zusammenhang wird das Wort am häufigsten verwendet. Auf jeden Fall ist ein Trend nichts bleibendes, sondern gibt eine Richtung an, in die sich vermeintlich der Geschmack, die Interessen usw. einer bestimmten Bevölkerungsgruppe zukünftig bewegen sollen. Ob das dann wirklich so kommt, ist oft mehr Spekulation als Gewissheit.

Frauenzeitschriften sind ein Barometer für Moden, und so fiel mir bei der Auseinandersetzung mit diesem Thema ein, dass ich mir selbst einige Jahre lang immer in der Winterzeit ein Kurz- bzw. Probeabonnement einer bekannten Frauenzeitschrift geschenkt habe. Damit habe ich mich bei Kerzenschein und Tee durch das Anschauen bunter Bilder vom grauen Wetter und der Dunkelheit abzulenken versucht.

Ich möchte versuchen, anhand des Beispiels »Frühjahrsdiät«, die immer zum Ende meiner Zeit als temporäre Leserin der besagten Zeitschrift aufs neue zum Thema wurde, einen möglichen Blickwinkel auf das Thema Trends und den Umgang damit zu verdeutlichen.

Immer nach den Festtagen, nach Keksen, Schokolade, Weihnachts- und Silvestermenüs, rückt die Frage nach der Bikinifigur wieder in den Vor-

dergrund und damit die unvermeidlichen Diätvorschläge. Auch hier schöne bunte Bilder von appetitlich angerichteten Speisen – neu zusammengestellt, mal raffiniert, mal gutbürgerlich. Ich kann mich davon animieren lassen, meine Ernährung zu überdenken oder mal etwas Neues ausprobieren. Um tatsächlich etwas zu verändern an meinem Essverhalten oder an meinem Gewicht, genügt allerdings nicht das Anschauen der Bilder und das Lesen der Rezepte. Ich muss etwas tun. Und letztlich läuft jede Diät auf das Gleiche hinaus – weniger und bewusster essen und mehr Bewegung.

Und nun der Schwenk zum Yoga: Was hat die Frühjahrsdiät mit den Trends im Yoga zu tun? Trends können entstehen, wenn Wünsche deutlich werden und von einem Markt erfasst werden. Bei einigen Trends im Yoga liegt der Verdacht nahe, dass sie – wie die Frühjahrsdiät – den Wunsch nach einem straffen, beweglichen, gut aussehenden Körper bedienen. Auf jeden Fall sind es auch hier oft erst einmal bunte Bilder, die das Ganze schmackhaft machen wollen. Ob der Inhalt gut ist und diese Wünsche erfüllt, gilt es auszuprobieren. Da ist der Geschmack ganz unterschiedlich, so wie wir Menschen erst einmal, von außen betrachtet, ganz unterschiedlich sind. Wir haben verschiedene Körper, verschiedene Wahrnehmungsstrukturen, eine unterschiedliche Sozialisation und so eben auch ganz verschiedene Vorlieben.

Wer einmal auf einem großen internationalen Drehkreuzflughafen, wie z.B. Dubai, ein paar Stunden verbracht hat und dabei die unglaubliche, allein rein äußerliche Vielfalt der dort anwesenden Menschen betrachtet hat, wird nicht mehr davon ausgehen, dass sie alle das Gleiche brauchen, um z.B. erste Schritte auf einem Yoga-Weg zu machen. Fakt ist in jedem Fall, dass das äußere Erscheinungsbild des Yoga durch die verschiedenen Trends bunter geworden ist und sich so offensichtlich immer mehr Menschen angesprochen fühlen. Fakt ist aber auch, dass nur das Ansehen der Bilder und Übungsvorschläge keinerlei Veränderung bringt. Dazu gehört das Tun und nicht nur das Schauen.

Zu den Trends der vergangenen Jahre gehören auch die, bei denen Yoga mit etwas anderem verbunden wird – Walken, Nordic Walking, Pilates, Work Out, Tanz und vieles andere mehr. Yoga wird hier zu einem Teilaspekt oder soll vielleicht auch den entspannenden, meditativen oder spirituellen Charakter einer Übungsform betonen. Manche Wortschöpfungen, die in diesem Zusammenhang auftauchen, bringen mich allerdings eher zum schmunzeln: Yoyalates oder Woyo beispielsweise. Vielleicht ist der Inhalt ja überzeugender als der Titel. Vielleicht dient das Ganze auch dazu, ein weiteres, bunt bebildertes Buch mit hohen Auflagen auf den Markt bringen zu können – siehe Frühjahrsdiät, jedes Jahr im neuen Outfit.

Wenn diese Trends für Menschen, die sonst nichts mit Yoga zu tun haben, der Anstoß sind, sich auf den Weg zu machen zu einem bewussteren Umgang mit sich selbst, sich letztlich damit auch immer mehr zu lösen von den reinen Äußerlichkeiten der Vermarktung, dann kann ich sie so stehen lassen. Sie machen niemanden abhängig, im ungünstigsten Fall erzeugen sie einfach Frust oder Verspannungen, wie eine Diät, die eben keine nachhaltige Veränderung des Ernährungsverhaltens bewirkt.

Andere Trends im Yoga machen sich an einzelnen Personen, charismatischen Leitfiguren fest. Die Form des Übens ist mal dynamisch, mal statisch, und auch die Grundlagentexte, auf die sie sich besonders berufen, unterscheiden sich möglicherweise. Die jeweiligen GründerInnen oder Gurus dieser Trends finden ihre AnhängerInnen, wenn es gut läuft, weil sie etwas zu sagen haben und authentisch sind. Das ist sicher schon immer so gewesen. Allerdings ist im Zeitalter der Medien die Verbreitungsmöglichkeit einfacher und globaler geworden. Telegen zu sein und gute Marketingstrategen zu beschäftigen, erhöht die Chancen darauf, ein Trendsetter zu werden. Vielleicht bin ich blauäugig, wenn ich hoffe, dass das allein nicht ausreicht, sondern dass auch die ganz »bekannt« Yoga-Persönlichkeiten eine tiefe Verbindung mit dem Yoga haben müssen, um wirklich »groß« werden zu können in der Szene, dass sie sonst keine langfristige Chance auf Bekanntheit hätten.

Dass mich nicht alles und alle ansprechen oder mich berühren, ist sicher wieder der oben erwähnten Vielfalt der Menschen geschuldet. Meine Meinung ist nicht das Maß aller Dinge. Es gibt unter den Trends einen Trend, den ich persönlich aber nicht mehr unter Vielfalt oder Verschiedenartigkeit abheften kann. Wenn Trademarks und Labels vermarktet werden, wenn mit Konzessionsstrafen gedroht wird, sobald ich bestimmte Begriffe benutze, wenn sich Einzelne für die SchöpferInnen von Haltungen, Abläufen oder sonst etwas halten und daraus Profit schlagen wollen, dann denke ich, haben diese Menschen vom Yoga nichts verstanden. Ich wünsche mir, dass möglichst viele sich davon abwenden und diesen Trends keine Chance geben.

Wenn Yoga üben aber, egal, ob nach einem neuen Trend oder einer alten Tradition, das Ziel hat, mitten in der Gesellschaft ein Leben in innerer Freiheit zu führen, dann ist es für mich nicht wesentlich, in welchem Outfit der Yoga daher kommt und ich kann mich daran freuen, dass die Yoga-Landschaft heute breiter und bunter denn je ist und sich immer mehr Menschen angesprochen fühlen. Ich hoffe, aus diesem Trend wird eine langfristige Entwicklung und er ist nicht nur eine Mode.

Angelika Beßler