

HUBBARD KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO POLICY LETTER VOM 25. MÄRZ 1963

CenOCon
SHSBC Studenten
Missionen
Feld

WIEDERHERAUSGABE-SERIE 11

EIN MODEL HAT FÜR EINE FÜHRUNGSKRAFT
(Wiederherausgabe des HCO Bulletins vom 19. September 1958)

-ERSTRANGIG-

Durch den Gebrauch angemessener Organisation und angemessenen Personals die Ziele der Organisation und/oder seiner Abteilung auf einer beständigen Basis zu erreichen.

Leute in seine/ihre Abteilung oder Organisation zu bekommen, um die Arbeit getan zu bekommen.

Die Aufgaben der Mitarbeiter zu verstehen und diese dazu zu bekommen, daß sie all ihre Hats kompetent tragen.

-ZWEITRANGIG-

Befolgung von alten Standard Richtlinien zu erreichen oder neue, soweit nötig, niederzulegen und insbesondere Befolgung der Richtlinien zu erreichen, wie sie vom Vorstand festgelegt worden sind und wie sie schon in Standardhats vorhanden sind.

Die Planung von Kampagnen und Aktivitäten mit dem Ziel, neue Anforderungen zu erzeugen oder alte zu erfüllen und dadurch das Personal zu nutzen.

Personal: Das Verstehen seines Personals über seinen Posten und seine Pflichten zu erhöhen und dessen Interesse an der Tätigkeit auf diesem Posten zu verbessern.

Neues Personal zu beschaffen, soweit es auf diesem Posten gebraucht wird.

Die Arbeitslast auszugleichen.

Eine Führungskraft muss erkennen, daß das sein ganzer Hat als Führungskraft ist und daß jedwede andere Tätigkeit als die obige, mit der er beschäftigt ist, ein anderer Hat ist und als solcher niedergeschrieben werden sollte und kein Teil seines Hats als Führungskraft ist. Er muß auch sicherstellen, daß er einen angemessenen Zeitraum auf das Ausfüllen seines Hats als Führungskraft verwendet und nicht für einen anderen Posten, den er als Staffterminal hält.

Es wird auf das HCO Bulletin vom 27. August 1958 mit dem Titel "Führungskräfte von Scientology Organisationen" verwiesen. (Wiederherausgabe-Serie (3), datiert 30. Oktober 1962.)

Es ist die Aufgabe einer Führungskraft, Leuten Hats aufzusetzen. Er sollte deshalb sehr darauf achten, Hats nicht zu verletzen indem er *Notstands-* Programme einführt, die die Hats den Leuten wegnehmen oder indem er Leute "vorübergehend" von ihrem Posten nimmt, damit sie Aufgaben erledigen, die nicht zu ihrem Hat gehören. Wenn er solche Aufgaben hat, die nicht durch Hats abgedeckt sind, dann sollte er Vorkehrungen für ihre Erledigung in bereits existierenden Hats treffen oder neue Hats schaffen.

Führungskräfte sollten keine kritischen oder verwirrenden Mitteilungszettel an Terminale schreiben, die mit der Erfüllung ihrer Aufgaben zu tun haben.

Angelegenheiten wie die Ausführung oder die Neuordnung eines Postens sollten mit dem Terminal direkt aufgegriffen werden. Nur nach der Neuordnung wird etwas Schriftliches aufgesetzt.

Weit offene Kommunikationslinien wie die unseren können keine kritischen, verwirrenden oder übelgelaunten Mitteilungszettel tolerieren. Es gibt hier keinen Grund, durch Erfahrung etwas zu lernen, was bereits bekannt ist - Entheta auf freien Kommunikationslinien kann das Kommunikationssystem einer Organisation unglaublich durcheinander bringen. Das gilt in gleichem Maße für Mitteilungszettel von Terminalen an Führungskräfte.

Für den Fall, daß eine Führungskraft in einem Teil der Welt mit einem Terminal in einem anderen Teil der Welt Schwierigkeiten hat, dann schicken Sie dem Terminal keinen Mitteilungszettel. Schicken Sie stattdessen einen Mitteilungszettel an die Führungskraft in jenem Teil der Welt, die dem Terminal am nächsten ist - erklären Sie dieser Führungskraft die Situation und veranlassen Sie, daß die Führungskraft dies mit dem Terminal in einem persönlichen Gespräch bespricht. Das gilt sogar für eine lokale Organisation, schicken Sie keinen kritischen Mitteilungszettel, wenn Sie die betreffende Person nicht persönlich befragen können. Lassen Sie die dem Terminal nächste Führungskraft die Angelegenheit mit dem Terminal aufgreifen. Es geht kein Mitteilungszettel direkt an einen so entfernten Terminal.

(DAS OBIGE SIND FAKTEN; DAS FOLGENDE IST MEINE MEINUNG UND MAG ALS KONTROVERS ANGESEHEN WERDEN:)

Jeder, der sich tatsächlich mit Leuten befasst, wird herausfinden, daß folgende Faktoren vorherrschend sind:

1. Mitarbeiter sind gewillt, ihr Bestes zu geben und tun dies, bis sie deswegen traktiert werden.

2. Meistens ist der Anlaß für eine Beschwerde nicht Fehlverhalten sondern ein Mißverständnis.
3. Nur persönlicher Kontakt kann Verstehen wiederherstellen.
4. Selten wird schriftlicher Tadel oder Zorn durch weiteres Schreiben repariert. Ein Abbruch freundschaftlicher Beziehungen, der durch ein Schreiben verursacht worden ist, wird gewöhnlicherweise nur durch persönlichen Kontakt gekittet. Die Moral von der Geschichte ist deshalb, verursachen Sie keinen Abbruch durch einen übelgelaunten Mitteilungszettel.
5. Ignorieren Sie keinen aufgedeckten Fehler. Greifen Sie ihn auf und korrigieren Sie ihn, sobald er gefunden wurde.
6. Sammeln Sie keine "Minuspunkte" gegen ein Terminal an, ehe Sie handeln. Vergessen Sie alte "Minuspunkte", wenn sie korrigiert worden sind.
7. Ein Terminal hat seine Version des Geschehens. Als die Person, die den Job macht, sind ihre Daten stichhaltiger als die der Führungskraft. Hören Sie zu und stellen Sie Fragen, ehe Sie beschließen, außer sich zu sein.
8. Das einzie Kapital, das eine Führungskraft hat, ist die *Bereitwilligkeit*, DIE ARBEIT ZU TUN. Bewahren Sie sie. Niemand kann zur Arbeit gezwungen werden - noch jede Sklavengesellschaft hat das herausgefunden. Sie verlieren immer. Wenn jemand ausgepeitscht wird, dann stammt seine folgende Arbeit immer noch von seiner Bereitwilligkeit alleine her. Der Zorn hat sie kleiner gemacht.

Terminale, die verwirrt und vom Weg abgekommen sind, werden wieder aufgerichtet, genauso wie ein Auditor einen ARK Bruch bereinigt. Auch das Terminal ist sich seiner eigenen Overt Handlungen und Gedanken bewußt.

Die einzigen Personen, mit denen eine Führungskraft nicht fertig werden kann, sind jene, die andauernd "Es ist nicht zu schaffen" sagen oder dramatisieren. Diese Personen sind bereits durch schlechtes 8C im Leben verdorben. Wenn die Antwort auf alle angebotenen Lösungen nur "Es ist nicht zu schaffen" (entweder als Aussage oder als Handlung) lautet, dann hat die Führungskraft nur zwei mögliche Auswege, ohne Rücksicht darauf, ob es sich dabei um den Anwalt, den Buchhalter oder den Obersauberer handelt: Lassen Sie ihn intensiv auditieren oder schmeißen Sie ihn raus. Es gibt für eine Führungskraft außer diesem Weg keinen anderen. Drohungen, Bestrafungen, Schimpfen bewerkstelligen alle nichts.

Wir haben daher drei Kategorien möglichen Personals:

1. Den Willigen
2. Den trotzig Verneinenden
3. Den total Faulen

Um mit diesen fertigzuwerden, haben wir nur drei Kategorien von Handhaben und keine dazwischen. (Ein echter Fall von Weiß ist Weiß und Schwarz ist Schwarz.)

Kategorie Eins (oben): Behandeln Sie sie wie hier dargelegt mit Verstehen, Klugheit, Hilfsbereitschaft, Mut und Hingabe.

Kategorie Zwei (oben): Nur Auditing, oder Rausschmiß.

Kategorie Drei (oben): Nur Auditing, oder Rausschmiß.

Die Kategorien zwei und drei sind nicht als Mitarbeiter aufzunehmen. Warum sollte man die Mitarbeiter oder die wirtschaftlichen Verhältnisse der Organisation mit ihnen belasten?

Zu den Willigen gehören auch die Anmaßenden, die Bescheidenen, die Schnellen, die Langsamen, die Tüchtigen, die Angstlichen. Drohungen und Regeln, die bestrafen, helfen ihnen nicht - sie treffen nur die Unschuldigen zusammen mit dem Schuldigen. Straffe Stundenpläne, Beharrlichkeit, Vernunft, Entschiedenheit und ARK helfen ihnen.

Die Unwilligen sind nur Futter für Auditoren oder das Arbeitsamt. Lassen Sie einen Posten eher unbesetzt, als diese einzustellen. Sie würden es bereuen.

Verwechseln Sie nicht eine Kollision von Persönlichkeiten, Unabhängigkeit und fehlende Unterordnung mit mangelnder Bereitwilligkeit. Das Militär tut das und schauen Sie es sich an! Gehen Sie zum Militär, wenn es Ihnen nur darum geht, Mitarbeiter ohne Widerrede zu haben - es bestraft Leute, die kommunizieren oder desertieren. Manche hochklassigen Bastarde können erstklassige Resultate erzielen.

Die Unwilligen sagen oder tun einfach "kann nicht", ohne Rücksicht auf die angebotene Lösung oder Aufgabe. Normalerweise sprechen sie nicht. Manchmal sind sie ein Vorbild an Bescheidenheit. Aber genauso wie ein Jagdhund, der nicht einmal Rücken zur Strecke bringt, sind sie für Sie wertlos. Wenn sie aus Ihrer Organisation oder Abteilung draußen sind, sind nur die Willigen übrig - warum sollte man in der Ausführung weiter schauen als das, was angemessen ist. Der, der das nicht zu schätzen weiß, ist sowieso nicht auf Ihrer Seite. Damit ist nur ein einziger Verhaltenskodex für eine Führungskraft übrig, an den sie sich halten sollte, der hier dargelegte. Sein Hat für Personal schließt Herrn Nein, Frau Kannicht und Meister Murks aus. Eine Führungskraft benötigt in dem Maße disziplinierende Maßnahmen und Zorn, wie sie die Unwilligen zuläßt. Das erste Prinzip einer Führungskraft ist es, die Ziele der Organisation und der Abteilung zu erreichen. Er muß die Willigen einstellen und ARK aufrechterhalten. Und denken Sie daran, R ist darin auch enthalten.

Ein Vierteljahrhundert an Erfahrung in leitender Position in diesem Leben hat mir beigebracht, daß die einzigen unterprivilegierten Posten, die es gibt, Führungsposten sind. In dem Maße, in dem man auf der Stufenleiter der Autorität nach oben steigt, vergrößern sich die eigenen Fehler und auch die Fähigkeit, zu verletzen und zu zerstören. Man müßte ein Engel sein, um eine perfekte Führungskraft zu sein. Trotz der anstrengenden Natur eines Führungspostens muß er ausgefüllt werden - und zwar mit Verstehen, Klugheit, Hilfsbereitschaft, Mut und Hingabe. Wenn ein Mangel daran sich in die Kommunikationslinien einer Organisation einschleicht, dann leidet und verschwindet sie - genauso wie es unsere Welt als Ganzes tut.

Unsere Mitarbeiter sind willig. Ich glaube an sie und vertraue ihnen. Niemand könnte jemals die Aufgabe erledigen, die wir alle tun - wir aber tun sie.

Hunderttausend Jahre an Zukunft schauen auf uns herab - wir können dem nur gerecht werden, wenn wir unsere Aufgabe heute nach besten Kräften erledigen - mit Verstehen, Klugheit, Hilfsbereitschaft, Mut und Hingabe - für das größte Wohl der größten Anzahl der Dynamiken. Das ist eine große Aufgabe - aber die ersten, die ihr gerecht werden müssen, sind unsere Führungskräfte.

WIE MAN INSTRUKTIONEN AN PERSONAL ERTEILT

1. Haben Sie eine eindeutige, klare und korrekte Einschätzung der Situation.
2. Machen Sie eine genaue, angemessene Aussage, die schriftlich kommuniziert, was Sie genau erledigt haben wollen.
3. Geben Sie 2 wieder heraus.
4. Geben Sie 2 wieder heraus.
5. Geben Sie 2 wieder heraus.

Es gibt keine anderen Schritte.

Jedes Mal, wenn Sie eine direkte, genaue und ordentliche Anweisung herausgeben, könnten Sie eine Verwirrung verursachen. Sie verschwindet, wenn die Anweisung immer wieder wiederholt wird. Die "Gründe warum" "die Anweisung schwer zu verstehen ist" sind das Auslaufen einer Verwirrung. Machen Sie nicht Q&A mit der Verwirrung. Geben Sie einfach die Anweisung wieder heraus während Sie gutes ARK aufrechterhalten.

L. RON HUBBARD
Gründer

Angenommen als offizielle
Kirchenrichtlinie durch die
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:jw:re
Übersetzung RE:HB:re
copyright © 1958, 1963
durch L. Ron Hubbard
copyright © für die Übersetzung 1989
durch L. Ron Hubbard Library
ALLE RECHTE VORBEHALTEN

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 10. APRIL 1963
KORRIGIERT UND WIEDERHERAUSGEGEBEN
AM 6. OKTOBER 1985

(Im 2. und 6. Absatz von Seite 2 wurden
Wörter zusätzlich betont.)

(Sonstige Korrekturen in dieser Schriftart.)

CenOCon
SHSBC-Studenten
Franchise
Feld

Wiederherausgabe-Serie Nr. 12

WAS EINE FÜHRUNGSKRAFT AUF IHREN LINIEN WILL

(Wiederherausgabe des HCO PL vom 26. Mai 1959)

Es gibt nur vier Dinge, die eine Führungskraft auf ihren her-
einkommenden Kommunikationslinien haben will.

Dies sind:

1. Information,
2. Ernennungen und Entlassungen von Personal, die sie zu bearbeiten oder zu bestätigen hat,
3. Finanzangelegenheiten,
4. Bestätigungen.

Sie will auf ihren Linien nicht:

1. Anfragen nach Entscheidungen,
2. Widerreden und „Kann nicht“,
3. Entheta.

Anfragen nach *Entscheidungen* sind immer ein Anzeichen von Unverantwortlichkeit; jemand will, daß die Führungskraft die Fehler macht, und eine Führungskraft kann Fehler begehen, falls sie aufgefordert wird, Entscheidungen zu treffen, die entfernt von ihrem unmittelbaren Aktionsbereich anfallen und sie nur unzureichende Daten hat, um die Entscheidung korrekt zu treffen.

Widerreden sind definitionsgemäß unnötige Erwidierungen auf eine Anordnung. Das kann recht übel werden. Es sind keine Bestätigungen, es sind Kommentare oder Weigerungen. Beispiel: Auf die Anordnung hin „Verkaufen Sie die Ziegelsteine“, erhält man die Antwort: „Ziegelsteine sind schwer zu verkaufen“ oder „Die hätten wir schon gestern verkaufen sollen“. Das ist eine Krankheit, die nur wenigen Mitarbeitern eigen ist. Sie können eine Anordnung nicht direkt empfangen und versuchen Teil der Kommunikation zu sein, nicht deren Empfänger. Das geht bis zu einem sinnlosen „Wird gemacht“ oder „Ich kümmere mich darum“, wenn die Führungskraft nur wissen will, ob etwas erledigt ist oder nicht. Mitteilungen oder Anordnungen werden in den meisten Fällen so lange aufgehoben, bis sie erledigt sind. Wir gehen davon aus, daß sie angekommen sind oder verlassen uns auf

andere Mittel, die aussagen, daß sie nicht ankamen. Nur wenige Situationen erfordern die Bestätigung einer Anordnung, die über weite Entfernung erfolgt, und all das geschieht nur, wenn man Zweifel darüber hat, daß der Empfänger da ist.

Bezüglich „Kann nicht“: eine Führungskraft gibt in den seltensten Fällen unmögliche Anordnungen, und sie berät sich in der Regel mit den Leuten, bevor sie eine Anordnung herausgibt. Ein beständiges „Kann nicht gemacht werden“ bedeutet „Ich bin nicht gewillt“. Ich habe lange gebraucht, um das zu lernen. Person A an der Arbeit, die stets sagt „Kann nicht“, ausgetauscht gegen Person B, die die gleichen Anordnungen erhält, hat mir offenbart, daß die Arbeit getan werden konnte, da B, auf dem gleichen Posten, mit den gleichen Anordnungen, niemals „kann nicht“ sagte und die Sache erledigt wurde.

Entheta bedeutet ausgeschmückte Berichte. Daten sind Daten. Es sind keine Meinungen. Daten, nicht Entheta, haben Aktion zur Folge. Das Einzige, was Entheta bewirkt, ist ein Durchtrennen der Linien.

Die Linien einer Führungskraft zu verstopfen ist eine schwerwiegende Tat. Das Ergebnis ist eine durchtrennte Linie. Ein Engpaß wird von Mitarbeitern geschaffen, wenn sie die zu einer Führungskraft laufende Linie verstopfen. Die Zeit und Geduld einer Führungskraft zu verschlingen zerstört Harmonie, Verbreitungstätigkeiten und Einnahmen.

Von einer Führungskraft wegen kleinlicher Entscheidungen abzuhängen ist ein sicherer Weg, Linien zu verstopfen und Bezahlungseinheiten zu verlieren.

Die Rolle einer Führungskraft besteht darin, Aktionen zu planen und auszuführen und Aktivitäten zu koordinieren. Zu diesem Zweck bringt sie Leute dazu, ihre Arbeit zu tun, und sie etabliert den übergeordneten Aktionsplan. Nur sie kann Linien ausrichten und Aktionen koordinieren und die Verstopfungen lösen, die im Wege liegen. Es ist verrückt, wenn eine Führungskraft Leuten die Entscheidung abnehmen soll, die sich nur auf einen einzig Postenbereich bezieht.

WIE DIE LINIEN EINER FÜHRUNGSKRAFT AUSSEHEN SOLLTEN

INFORMATION:

Wenn ein Mitglied einer Organisation etwas Wichtiges unternimmt, sollte es die Führungskraft danach immer davon unterrichten. Es ist vollkommen in Ordnung, innerhalb der Zielsetzung der Organisation Maßnahmen zu ergreifen. Es ist aber nicht in Ordnung, das geheim zu halten.

1. Tun Sie es.
2. Teilen Sie es den richtigen Leuten und Führungskräften mit einer angemessenen Kommunikation und der dem Fall angemessenen Geschwindigkeit mit.

Auf ähnliche Weise sollte eine Führungskraft den Leuten ihre Ziele und Pläne mitteilen, und tut sie etwas, was für andere von Belang ist, sollte sie es mitteilen. Der Kapitän, der dem Schiff mitteilt, wie die Aktion ablaufen wird, erspart eine Menge Nerven und unnötige Bewegung. X

ERNENNUNGEN UND ENTLASSUNGEN:

Unbedeutendere Einstellungen und Entlassungen in einer Unterabteilung durch autorisierte Personen sollten immer, zumindest nachdem sie erfolgt sind, als gültig bestätigt werden. Bedeutende Ernennungen und Entlassungen von wichtigem Personal müssen von einer höheren Führungskraft genehmigt werden, bevor sie erfolgen, und Maßnahmen dürfen nur mit Genehmigung der höheren Führungskraft erfolgen.

Es ist zum Beispiel Sache des Vorstands, einen Assoziationssekretär oder Organisationssekretär zu ernennen, zu versetzen oder zu entlassen. Es ist Sache des leitenden Direktors, Leiter von Unterabteilungen zu ernennen oder zu entlassen, und das auch nur auf Empfehlung eines Assoziationssekretärs oder Organisationssekretärs hin. Es ist die Maßnahme eines Assoziationssekretärs oder Organisationssekretärs, Stellvertreter und Leiter von Sektionen zu ernennen, zu versetzen oder zu entlassen. Es ist die Maßnahme des Leiters einer Unterabteilung, andere Mitarbeiter zu ernennen oder zu entlassen, aber immer nur mit Genehmigung seines unmittelbaren Vorgesetzten und Informationen bis ganz nach oben.

FINANZANGELEGENHEITEN:

Beständige Information über Finanzen – wie in den Protokollen des Beratenden Komitees angegeben –, Genehmigung für Änderungen und Kapitalausgaben sind alles Sache der Führungskraft. Meine eigene Genehmigung wird nur bei grundlegenden Änderungen von Policy oder Ausgaben und in extremen finanziellen Notlagen benötigt. Gewöhnliche Finanzplanung und Routineaktionen werden besser lokal vom Assoziationssekretär, dem Organisationssekretär oder dem Direktor für Konten gehandhabt. Ich brauche aber Information über Finanzen. Wo ich jedoch die Planung und Werbung gemacht habe – worüber dann übereingestimmt wurde –, wird die weitere Handhabung der Finanzen mit einer generellen Genehmigung meinerseits gemacht, außer im Falle extremer finanzieller Notlagen oder größerer Investitionen, die eine lokale Angelegenheit sind.

Das sind die Dinge, die ich auf meinen Linien will. Ich tausche Personal aus, wenn chronisch Informationen zurückgehalten werden, wenn Ernennungen und Entlassungen irregulär sind oder wenn eine Organisation anfängt, zahlungsunfähig zu werden. Wo Leute ständig danach verlangen, daß ich Entscheidungen treffe, die sie machen sollten, erkenne ich wiederum andere Krankheiten und tausche wiederum das Personal aus.

HCOPL 10.4.63
korr. u. wiederhrg.
6.10.85

-4-

Wenn wir alle verstehen, was gebraucht ist, können wir es tun.

Also schauen wir uns das einfach mal an, tun wir es und gewinnen wir.

L. RON HUBBARD
Gründer

Als offizielle Richtlinie
der Kirche angenommen von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:CSI:gl.rd.gm;
Übers.:MJ/ST/HS:mj:js/la
Übersetzung genehmigt vom
I/A Off CLO EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 27. DEZEMBER 1963
Wiederherausgegeben am 21. April 1970

Wiederver-
vielfältigen
Kontinentale Direktoren
HCO-Sekretäre Kontinent
Assoziations-/Organisations-
Sekretäre
Gebiets-HCOs

DIE „MAGIE“ GUTEN MANagements

(Dies sind einige wertvolle Tips. Sie bilden zwar nicht die Grundüberlegung, die hinter meinen eigenen Aktionen steht, aber man wird doch feststellen, daß sie von praktischem Nutzen sind.)

(Hat-Check: HCO-Sekretäre sollten bei Assoziations-/Org.-Sekretären einen Hat-Check bezüglich dieses Policybriefs machen, und Assoziations-/Org.-Sekretäre sollten, bis hinauf zur kontinentalen Ebene, einen Hat-Check bei HCO-Sekretären darüber durchführen.)

Das einzige wirkliche Kriterium, anhand dessen das Management-Geschick einer jeglichen Person, die im Management tätig ist, in dieser Gesellschaft und bei uns eingeschätzt wird, ist finanzielles Volumen und Zahlungsfähigkeit.

Das bedeutet nicht, daß die Scientology besessenhaft darauf aus ist, Geld zu machen. Mit Geld kann man jedoch eine Menge Dinge kaufen, die Organisationen und Mitarbeiter brauchen, und durch eine armutsselige Propaganda ist das „Geldmachen“ in Verruf geraten. In Wahrheit ist das Armsein die einzige wirkliche Sünde, die es in unserem gegenwärtigen Wirtschaftssystem gibt – sogar in Rußland.

Finanzvolumen und Zahlungsfähigkeit sind der entscheidende Test eines jeden Managers einer Organisation oder eines Bereiches der Scientology, seien sie groß oder klein. Wenn die Organisation nicht mengenweise Geld macht, wenn die Mitarbeiter nicht gut bezahlt werden, wenn kein reichlicher finanzieller Überschuß vorhanden ist, wenn nicht reichlich Buchbestände auf Lager sind und bezahlt worden sind, wenn die Tonbandrechnungen nicht bis zur Gegenwart bezahlt sind und wenn die 10%-Zahlungen überfällig und in den Rückstand geraten sind, dann kommt man in der Zentrale zu der natürlichen Schlußfolgerung, daß nicht viel gutes Management gemacht wird. Die Kritik richtet sich allein an die Person, die die Organisation oder ihr HCO managt; und keine anderen Faktoren oder Erklärungen werden berücksichtigt.

Finanzen sind in dieser Gesellschaft immer noch der beste Maßstab, den wir haben, und daher benutzen wir ihn, um die Kompetenz des Managements zu beurteilen. Leute, die sagen, wir sollten kein Geld haben, wollen nur, daß wir scheitern. Die Daten werden in dieser Weise betrachtet: Die Organisation eines guten Managers ist in hohem Maße zahlungsfähig; die Organisation eines schlechten Managers ist pleite. Mitarbeiter, Zustände innerhalb des Gebietes, lokales Geschrei – diese Dinge werden niemals in Betracht gezogen.

Für Zahlungsunfähigkeit gibt es kein Pardon von seiten der Gesellschaft, und an nichts läßt sich besser ablesen, wie gut oder wie schlecht ein Manager arbeitet.

Um hohes Finanzvolumen zu haben und zahlungsfähig zu sein, muß ein Manager lediglich (a) etablierten Verfahrensmustern folgen, (b) dafür sorgen, daß es im Personal kompetente Leute gibt und daß sie ihre Arbeit tun, (c) daß die Lieferung von Diensten auf sehr persönlicher Grundlage stattfindet, (d) daß nicht von abgeneigten Mitarbeitern und lästigen Anhängseln eine Menge Entheta und Gemecker verbreitet wird, (e) daß man den Geist der Scientology in der Organisation erkennen kann, (f) daß Leute nicht von der „gefährlichen Umgebung“ überrestimuliert sind, (g) daß es Mengen von Leuten gibt, die sich durch den Laden bewegen, und (h) daß die Organisation offensichtlich pro-Ron und in Übereinstimmung mit seinen Plänen ist. Diese Dinge allein reichen aus, um Erfolg zu garantieren. Sind eines oder mehr von diesen Dingen schlecht durchgeführt oder schlimm vernachlässigt, so wird sich allmählich Mißerfolg einschleichen; und sind mehrere dieser Dinge nicht erfüllt, so wird es keine Organisation, geschweige denn einen Manager geben.

Diese für den Erfolg entscheidenden Punkte bedeuten viele andere Dinge, sie bedeuten aber auch Zahlungsfähigkeit von hohem Volumen. Und Zahlungsfähigkeit von hohem Volumen ist das Zeichen des Erfolgs im gegenwärtigen Wirtschaftssystem der Gesellschaft – ganz gleich, wie sozialistisch sie aussehen mag.

Die Meilensteine auf dem Weg zu großem Volumen und Zahlungsfähigkeit sind durch die Befolgung dieser wenigen Punkte gegeben:

A. ETABLIERTE VERFAHRENSMUSTER

Befolgen Sie etablierte Verfahrensmuster der Organisation. Befassen Sie sich nicht damit, sie immer wieder mit neuen Projekten und wilden Ideen zu zerreißen (oder Mitarbeiter auf ihrem Posten mit derartigen Dingen abzulenken). Und befolgen Sie sie nicht so trottelhaft, daß sich bei der Handhabung von Problemen der Organisation niemals Initiative zeigt. Die besten Werbekanäle sind bereits in der Organisationsstruktur eingebaut.

B. ERHÖHEN SIE DEN STATUS EINES MITARBEITERS

Sorgen Sie dafür, daß Leute für die Organisation arbeiten wollen, und machen Sie das Arbeiten für die Organisation zu einer angenehmen und erfreulichen Sache. Machen Sie erbarmungslos Propaganda nieder, die die Personalbeschaffung der Organisation im Feld beeinträchtigt.

Halten Sie fortwährend das angebrachte Image aufrecht, daß Mitarbeiterschaften sich aus den besseren Scientologen zusammensetzen, und verwirklichen Sie es. Machen Sie es lohnend, Mitarbeiter zu sein. Sorgen Sie dafür, daß der Status eines Mitarbeiters höher ist als der eines Feld-Scientologen. Mißbilligen Sie die Vorstellung, daß ein Mitarbeiter da ist, um aus Gefälligkeit „einfach nur

auszuhelfen". Permanenter Mitarbeiter zu sein sollte ein heißbegehrter Status und eine dauerhafte Karriere sein. Schließlich werden eines Tages wir es sein, die die Dinge leiten werden. Und auf wen werden wir uns dann verlassen? Auf Mitarbeiter natürlich, die sich in der Vergangenheit bewährt und bewiesen haben. Sorgen Sie dafür, daß Sie kompetente Leute als Mitarbeiter bekommen, geben Sie ihnen einen hohen Status, und erhalten Sie sich diese Leute als Mitarbeiter. Lassen Sie sich auf keine flüchtigen Sachen ein und sehen Sie zu, daß die Leute ihren eigenen Job und nicht eine Menge anderer Jobs machen. Und behandeln Sie sie mit Höflichkeit und Respekt.

C. SERVICE

Stellen Sie sicher, daß Service (Dienste) geliefert wird. Die Person, die ausgebildet wird, muß gut und mit Interesse ausgebildet werden, und ihre Probleme im Bereich der Ausbildung müssen gehandhabt werden. Die Person, die für Auditing da ist, muß auf ihrer Fallstufe auditiert werden, so daß sie einen Gewinn hat, und sie muß mit Interesse und auf persönliche Art und Weise zu einem Gewinn auditiert werden. Reißen Sie den Laden in Stücke, wenn nichtausgebildete Studenten von den Linien abtreiben oder nichtgewinnende PCs aus dem HGC hervorkommen. Ignorieren Sie so etwas niemals. Geben Sie guten Service. Geben Sie den Leuten das, wofür sie gekommen sind. Versehen Sie die Leute mit einem klaren, energisch durchgesetzten Stundenplan, und überwachen Sie ihren Fortschritt aufmerksam. Schauen Sie sich die Studenten und PCs jede Woche an, und stellen Sie fest, wie sie aussehen, und handeln Sie dementsprechend.

D. UNZUFRIEDENE LEUTE

Sorgen Sie dafür, daß der Laden frei von Entheta und Gemecker bleibt. Seien Sie freizügig mit der Verwendung von O/W-Handhabungen. Finden Sie den herumspinnenden Unzufriedenen, und gehen Sie energisch vor. Werden Sie nicht nachsichtig mit Leuten, die meckern. Wenn sie überkritisch sind, haben sie Overts. Wenn sie eine tatsächliche Beschwerde hätten, würden sie sich an das Management und nicht an alle anderen wenden. Diese Leute sind einfach bekloppt, und sie verbreiten Unheil. Sie vertreiben all die guten Mitarbeiter und verhindern, daß es neue gibt; nichtsdestoweniger bleiben sie da am Orte und meckern wie verrückt über Dinge herum, die sie nicht verstehen und nicht gelesen haben. Wenn Sie nicht aufpassen, werden Sie es am Schluß nur noch mit Verrückten zu tun haben, da sie gute Mitarbeiter vertreiben. Die Person, die meckert, ist also kein leichtzunehmendes Problem. Stellen Sie sie von vornherein nicht ein; wenn Sie es aber versehentlich tun, dann werfen Sie sie in der vorgesehenen Probezeit über Bord. Füllen Sie eine Organisation nicht mit abgeneigten Leuten, nur weil Sie Leute haben müssen. Das macht die Sache beschwerlich, da mindestens die Hälfte der Leute, die so allgemein herumlaufen, unfähig ist, zu verstehen, was vor sich geht, aber in der Lage ist, wie verrückt darüber herumzugrölen. Sie verhindern Arbeit. Sie sind lediglich Chaoshändler. Meckerer, die im Bereich der Organisation herumhängen und „eine

Wohnung in der Nähe haben, wo alle Studenten hingehen", sollten auditiert oder zum Teufel gejagt werden.

E. DIE ATMOSPHERE EINER ORGANISATION

Der Geist der Scientology ist ein Geist der Hilfe, der Respektlosigkeit gegenüber den Autoritäten, die "es am besten wissen", ein Geist, der von der Hoffnung bestimmt wird, voranzukommen, und auf die eine Möglichkeit ausgerichtet ist, der Verdammnis dieses Ortes zu entkommen. Er schließt keinen Zweifel, keine "aufgeschlossene Haltung" oder Nachsicht mit denjenigen ein, die uns stoppen wollen. Er ist ein Flair von neuen Horizonten, einem besseren Leben und einer Einladung, sich aus dem Schlamm all der Vergangenheit, die man vertan hat, zu erheben. Es ist ein Angebot, neu geboren zu werden. Wenn diese Dinge herabgesetzt, heruntergespielt und mit Psychologie, Medizin oder Selbstverbesserungsmethoden à la Carnegie auf die gleiche Stufe gestellt werden, dann wird der Geist der Scientology verraten. Den Millionen Menschen wird die Tür verschlossen. Unterlassen Sie es, meine Tonbänder abzuspielen, streichen Sie aus Ihrem Gedächtnis, weshalb wir hier sind, gehen Sie in Übereinstimmung mit der Idee, daß wir einfach irgendeine andere Organisation wie Schulze & Co sind, dann ist es aus mit Ihnen. Die Atmosphäre der Scientology ist bei weitem wichtiger als neue Gebäude und moderne Möbel.

F. DIE GEFÄHRLICHE UMGEBUNG

Halten Sie die Gefahr in der Umgebung gering, indem Sie wirklich beständig gegen sie gewinnen. Verfahren Sie gemäß Scientology Null, und erhöhen Sie sie nicht. Das tut nur der Chaoshändler. Der Meckerer ist besessen dabei, den Leuten eine gefährliche Umgebung unterzujubeln; er versucht, andere in Furcht zu versetzen und ihr Vertrauen in Scientology herunterzumachen, weil sie seinem innigen Wunsch in die Quere kommt, andere in Angst und Schrecken zu versetzen. Erhöhen Sie nicht die Gefahr in der Umgebung des Mitarbeiters, indem Sie Leute plötzlich feuern, Massenentlassungen vornehmen usw. Es ist Aufgabe des Managers, Arbeit für seine Mitarbeiter zu finden, nicht das Personal zu reduzieren, um es der Arbeitslast anzupassen. Reduzieren Sie die Gefahr der Umgebung durch sichere Arbeitsplätze, wiederholte Versicherungen und schöne, stetige Gewinne. Eines Tages wird jede Scientology-Organisation nach dem Zivilrecht für jeden, der sich in ihr aufhält, Asyl (Schutz vor Verfolgung) bieten. Handhaben Sie das für den Augenblick dadurch, daß Sie eine hohe Moral aufrechterhalten und gegen die Umgebung draußen gewinnen. Feuern Sie keine permanenten Mitarbeiter, und entlassen Sie sie auch nicht vorübergehend. Sorgen Sie dafür, daß es mehr Arbeit gibt. Und lachen Sie über diese Angriffe. Das ist ohnehin alles, was solche schwächlichen Angriffe verdienen - ganz gleich, wieviel Lärm sie verursachen. Wenn die Mitarbeiter sich ihrer Arbeit nicht sicher sind, sich des Stehvermögens der Scientology und der Organisation nicht sicher sind, von tobenden Führungskräften und Bedrohungen eingeschüchtert sind, dann befinden sie sich in einer Apathie, die keine Arbeit zuläßt. Einmal durchzugreifen und eine Reihe Leute zu feuern kann bewirken, daß der Laden für

ein Jahr lahmgelegt ist. Eine einzige Mitarbeiterversammlung mit bedrohlichem Charakter kann die Arbeitsleistung auf Wochen hinaus reduzieren. Erhöhen Sie die Tonstufe der Mitarbeiter mittels gesteigerter Sicherheit, guter Laune, Gewinnen, die ihnen bekannt sind, und stetigen, wenn auch kleinen, Fortschritten gegenüber unseren Feinden. Und veröffentlichen Sie die Gewinne, so daß man nicht nur durch Gerüchte davon hört. Und schmeißen Sie den Chaoshändler raus - dessen einzige Mission darin besteht, "eine gefährliche, hoffnungslose Umgebung" an den Mann zu bringen.

G. LEUTE IM LADEN

Stellen Sie sicher, daß sich mengenweise Leute durch den Laden bewegen, egal ob sie Geld ausgeben oder nicht. Arbeiten Sie einfach die ganze Zeit daran, mengenweise Leute durchs Haus zu bewegen. Lassen Sie nicht zu, daß Briefregistrare sie vertreiben, indem sie ihnen mit hohen Preisen drohen. Lassen Sie nicht zu, daß die Rezeption jeden abweist. Halten Sie offene Abende ab, Sonntagstees, Tonbandvorführungen, Kongresse und Ko-Audits. Bewegen Sie mengenweise Leute durch den Laden. Der Instinkt ist leider daraufhin gerichtet, den Laden ruhig zu halten und den Verkehr zu stoppen. Lassen Sie das nicht zu. Sorgen Sie einfach dafür, daß beständig Leute herein- und hinausströmen - ganz gleich wie oder wozu. Und wenn Ihre Standard-Werbemethoden etabliert sind, werden sie ihren Teil an Kurs-, Intensiv- und Buchverkäufen bringen. Die wichtigste Aufgabe des Managers ist nicht, "eine Organisation zu leiten", sondern dafür zu sorgen, daß sich Personen durch den Laden hindurch bewegen, und eine Organisation aufzubauen, die sich um die Leute kümmert, und dann dafür zu sorgen, daß die Personen sich weiterhin durch den Laden hindurch bewegen, und die Menge an Personen zu steigern. Alles weitere wird folgen, sofern andere hier angegebene Punkte erfüllt sind. Sie können jede kommende Krise dadurch voraussagen, daß Sie die Leute zählen. Wenn der Publikumsverkehr absackt - seien Sie auf der Hut! Innerhalb von ein paar Wochen wird die Bezahlungseinheit in die Binsen gehen.

Die Menge an Post im Briefkasten sagt Ihnen, wie viele Leute Sie im Laden haben werden. Sorgen Sie dafür, daß Mengen von Briefen hinausgehen und daß Sie Mengen von Antworten bekommen. Besser, es gehen irgendwelche Briefe hinaus als gar keine. Zu hoher Nachdruck auf die Qualität der Briefe ist nur eine andere Art von Ausrede für wenig Post. Und es wird zur Folge haben, daß nur wenige Leute im Laden sind. Tun Sie Ihr möglichstes, um ein hohes Maß an Qualität zu wahren und Fehler zu vermeiden - aber sorgen Sie dafür, daß Fluten von Briefen in den Postkasten gehen.

Bringen Sie Lawinen von Büchern in die Öffentlichkeit (dies ist in der Tat Ihre erste Kontaktmethode), und Sie werden mehr Leute im Laden haben.

Eine Org ist ein Zuhause für Scientologen. Wenn Sie nirgendwo Platz für sie haben, um sich zu setzen und sich miteinander zu unterhalten oder die Einkaufstasche abzustellen, werden Sie einer Menge mehr Leute im Laden die Tür verschlossen haben. Somit schleichen Feldauditoren umher und stehlen PCs. Nun gut, hängen Sie ein

Schild auf: „Wir sind nicht verantwortlich für irgendwelche schlechten Ergebnisse von Ko-Auditing zu herabgesetzten Preisen oder Auditing, das nicht von uns überwacht wurde.“

Öffnen Sie die Tür durch Bücher, Post, Veranstaltungen und Interesse, und halten Sie die Tür offen. Und Sie werden bald eine Menge Leute im Laden haben. Arbeiten Sie dann daran, den Flow unterzubringen. Und halten Sie weiterhin die Kanäle für neue Leute offen, egal wie gerammelt voll es bei Ihnen wird.

Keine Organisation war jemals zahlungsfähig, ohne Leute im Laden zu haben und Kanäle, um neue Leute in den Laden zu bringen. Wie auch immer Sie sie hereinbringen oder warum – tun Sie es! Konzentrieren Sie sich intensiv auf neuen Publikumsverkehr.

H. EINE HUBBARD SCIENTOLOGY-ORG

Dieser letzte Teil ist nicht aus Stolz oder Selbstgefälligkeit und auch nicht als Werbung um Loyalität hinzugefügt. Viele Beobachter haben beständig die Beobachtung gemacht, daß die Öffentlichkeit schnell wegbleibt, wo der Eindruck besteht, man stehe Ron kritisch gegenüber, man stimme nicht mit ihm überein oder man begegne seinen Plänen mit lauer Gleichgültigkeit. Kein Squirrel hat je überlebt. Behandeln Sie eine Büste oder ein persönliches Büro von mir mit Respektlosigkeit, und die Öffentlichkeit läuft davon. Entschuldigen Sie sich für meine Policies, und die Öffentlichkeit bleibt scharenweise weg. Das hat nichts mit Aberglauben zu tun. Die Öffentlichkeit will Scientology Marke Ron, und sie kauft keine anderen Marken. In dreizehn Jahren ist jeder Squirrel und jede abgeneigte oder kritische Zweigstelle jämmerlich gescheitert.

„Wir stimmen in den meisten Dingen mit Ron überein, aber ...“ – damit werden Sie die Rockschöbe, nicht aber die Gesichter der Öffentlichkeit zu sehen bekommen. Erst kürzlich ist eine große Zweigstelle allein deswegen fast zusammengebrochen. Ich weise nochmals darauf hin, daß dies keine eigennützige Beobachtung ist. Es ist einfach eine Tatsache. „Diese Zweigstelle stimmt nicht vollständig mit Ron überein“ – das ist ein sicheres Warenzeichen des Fehlschlags. Ich kann Ihnen nahezu hundert Zentren nennen, die (nahezu allesamt unabhängig voneinander) trotz all ihrer Arbeit und oft löblicher Aktionen, trotz neuer Möbel und Außenfassaden allein aufgrund dieses Punktes scheiterten, und zwar ganz gewaltig. Sie brauchen es bloß zu versäumen, das Namensschild an der Tür meines persönlichen Büros auf Hochglanz zu halten, Sie brauchen nur die kritische Bemerkung irgendeines Studenten über ein Tonband durchgehen zu lassen, und Sie haben sofort weniger Leute aus der Öffentlichkeit. Natürlich ist derjenige, der diesen Bestandteil des Erfolges am meisten herunterspielt, bereits am schlimmsten im Scheitern begriffen. Es ist geschmacklos, daß ich es erwähne, doch es ist wahr, und jede spezifische Abhandlung über den Erfolg einer Scientology-Zweigstelle muß darauf hinweisen. Ich weiß von zwei oder drei Millionen Dollar, die für den Aufbau von Zweigstellen ausgegeben wurden und verlorengingen, weil dies nicht als Erfolgsfaktor entsprechend gewürdigt wurde – und das in Zeiten, als Anti-Ron-Zeitungsgeschichten ihren Höhepunkt erreicht hatten!

Erfolg wird in unserer Zeit an Quantitäten und materiellem Gewinn gemessen. Das Operationssystem unserer Gesellschaft macht spirituelle Gewinne ohne materielle Mittel oft unerreichbar. Wie sehr auch immer Sie das beklagen mögen, wir leben in dieser Gesellschaft und bewegen uns innerhalb ihrer finanziellen Gegebenheiten.

Die Leistung des Managers aus der Sicht des Vorstandes, sei er nun der Leiter einer Zentralen Organisation oder eines HCOs, wird anhand von Bilanzbögen als grundsätzlich erfolgreich oder nicht erfolgreich erachtet. Das ist einfach ein Maßstab. Gute Einnahmen bedeuten gute Räumlichkeiten, fröhliche Mitarbeiter, erfolgreichen Service, und daß alle oben aufgezählten Dinge in Ordnung sind. Sie bedeuten, daß Scientology am Gewinnen ist. Ich ziehe keinen direkten Nutzen aus diesen Bilanzbögen. Ich ziehe jedoch direkte Informationen daraus. Und der wesentliche Punkt, der durch keinen anderen Punkt aufzuwiegen ist, ist der, daß gute Organisation und gut erledigte Organisationsarbeit in Scientology gleichbedeutend damit ist, daß Scientology mit hohem Volumen läuft und zahlungsfähig ist. Und alle Neuernennungen und Wechsel von Führungspersonal der Organisationen werden vom Vorstand unter Berücksichtigung dieses Punktes durchgeführt.

Natürlich können Sie Scientology herabsetzen, eine Menge Geld scheffeln, ohne Service dafür zu liefern, und eine scheinbare Zahlungsfähigkeit haben. Ich habe aber festgestellt, daß es in diesem Fall ungefähr sechs Monate dauert, bis die Organisation die Auswirkungen davon zu spüren bekommt. Zu diesem Zeitpunkt beginnt sie allen Ernstes innerhalb einer verärgerten Gemeinde Bankrott zu machen. Zahlungsunfähigkeit wird stets anhand eines jährlichen Durchschnitts, nicht anhand kurzfristiger Spitzenwerte gemessen. Beständige Einnahmen bedeuten, daß alle obigen Punkte erfüllt sind.

Ich dachte mir nur, Sie würden das gerne wissen. Es geht uns bei dieser Unternehmung nicht um Geld. Zahlungsfähigkeit ist jedoch unser bester allgemeiner Maßstab, an dem sich beständiger Service und eine hochgradige Aktivität ablesen lassen; und die Qualität des Managements einer jeden Organisation wird dementsprechend beurteilt.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:dr:rd;
Übers.: KF/MJ/EJ:rg/ej
Übersetzung genehmigt
vom LRH Comm EU

[Hinweis: Dieser Policybrief wurde am 21. April 1970 wiederherausgegeben, wobei die Verteilungsangabe „Vertraulich“ auf „Wiedervervielfältigen“ geändert und unter der Unterschrift „Gründer“ hinzugefügt wurde.]

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 25. APRIL 1963
KORRIGIERT UND WIEDERHERAUSGEGEBEN AM 6. OKTOBER 1985

Zentrale
Organisationen

(Bei Punkt 27 wurden
Unterstreichungen hinzugefügt.)
(Sonstige Korrekturen
in diesem Schrifttyp)

PFLICHTEN EINES MITARBEITERS

(Wiederherausgabe und leichte Verbesserung des
HASI-POLICYBRIEFES vom 7. August 1958)

BEFESTIGEN SIE DIESES BULLETIN AUF DER INNENSEITE DES
VORDEREN DECKELS IHRER MITARBEITER-HAT-MAPPE.

1. Jeder Mitarbeiter ist dafür verantwortlich, darauf zu achten, daß die Organisations-Richtlinien durchgeführt werden. Wenn Sie einen anderen Mitarbeiter sehen, der Organisations-Richtlinien nicht einhält, ist es Ihre Pflicht, ihn direkt darauf hinzuweisen - wenn das nicht hilft, weisen Sie den Assoziations-Sekretär darauf hin.
2. Halten Sie sich an die Arbeitszeit der Organisation - kommen Sie rechtzeitig, halten Sie sich an eine festgesetzte Mittagszeit. Wenn Sie Ihre Mittagsstunde zu einer anderen Zeit nehmen müssen, klären Sie es zuerst mit dem Leiter Ihrer Unterabteilung ab und erhalten Sie sein Einverständnis. Ein nicht besetzter Posten bringt Randomität in die Organisation.
3. Halten Sie Ihren eigenen Schreibtisch, Ihre Ausrüstung und Ihre Umgebung sauber und ordentlich. Sorgen Sie dafür, daß keine Papiere über Ihren Schreibtisch und über Ihr Büro verstreut sind.
4. Wenn Sie offene Türen sehen, wo niemand auf Posten ist, so schließen oder verschließen Sie die Tür.
5. Jeder Mitarbeiter ist dafür verantwortlich, daß am Abend seine Türe geschlossen, die Lichter ausgeschaltet, Aufzeichnungsgeräte ausgeschaltet, Klimaanlage abgestellt und Zigaretten richtig ausgedrückt sind. Verlassen Sie Ihr Büro sauber und ordentlich.
6. Achten Sie darauf, daß Sie ausreichend Büromaterial haben - bestellen Sie nach, bevor es Ihnen ausgeht.
7. Holen und bringen Sie täglich Ihren Datenvekehr vom und zum Kommunikationszentrum oder sorgen Sie dafür, daß es vom HASI- oder HCO-Kommunikator getan wird.
8. Wenn sich Ihr Wohnsitz oder Ihre Telefonnummer ändert, so geben Sie diese Information an die Personalabteilung, Ihren

- Abteilungsleiter, die Rezeption und an denjenigen, der für den Evakuierungsplan zuständig ist.
9. Beherrschen Sie das Org-Board gut sowie die Posten und wer sie innehat.
 10. Befolgen Sie das Einkaufsanweisungssystem der Organisation.
 11. Seien Sie höflich und hilfsbereit zu Studenten und PCs auf unserem Grundstück und jedermann, der vorbeikommt. Verweisen Sie die Leute an das richtige Terminal. Übernehmen Sie Verantwortung dafür, daß sie beim richtigen Terminal ankommen, selbst wenn Sie dazu mit ihnen bis zum Schreibtisch des Terminals gehen müssen.
 12. Befolgen Sie die Richtlinien über externes Auditing, wie es der HCO-Policybrief vom 16. Oktober 1962 "KEIN MITARBEITER DARF PRIVATE PCs AUDITIEREN" vorschreibt.
 13. Halten Sie Ihr Aussehen so vorteilhaft wie möglich. Eine gute Präsentation der Öffentlichkeit gegenüber bewirkt bei ihr einen guten Eindruck.
 14. Wenn Sie innerhalb der Organisation etwas sehen, was repariert werden muß, so berichten Sie es dem Direktor für Verwaltung.
 15. Geben Sie anderen Mitarbeitern und dem Feld Realität über Ihren Posten.
 16. Beantworten Sie die Fragen der Leute. Verstehen Sie die Frage, beantworten Sie sie und schaffen Sie Freunde.
 17. Besuchen Sie die Mitarbeiter-Versammlungen.
 18. Halten Sie Ihre Bulletins und Policybriefe in ordentlichen Hat-Mappen: Technische Bulletins in einer goldenen oder orangefarbenen Mappe mit der Aufschrift "Technische Bulletins", Ihre eigenen Hat-Bulletins in Ihrer Hat-Mappe oder -Mappen (blau) und alle anderen, nicht-technischen und nicht Ihren Hat betreffenden Bulletins in der Mitarbeiter-Hat-Mappe (gelb).
 19. Schauen Sie sich Ihre Hat-Mappe periodisch wieder durch. Frischen Sie Ihre Erinnerung bezüglich Ihrer Pflichten auf. Wenn Sie sich nicht mehr gewärtig sind, so bringen Sie sie auf den neuesten Stand.
 20. Wenn Sie eine Mitteilung erhalten, die nicht Ihren Posten betrifft, so schicken Sie sie zurück. Versuchen Sie nicht zuerst, all und jede Mitteilung zu behandeln, die zu Ihnen kommt und nicht Ihr Hat ist. 1). Bringen Sie Randomität auf Ihren eigenen Posten und 2) handhaben etwas, was eine andere Person wissen und handhaben sollte.
 21. Wenn Sie jemand anderen sehen, der nicht auf seinem Posten ist, ist es Ihre Pflicht, es ihm direkt anzuzeigen. Wenn das nichts hilft, zeigen Sie es seinem Abteilungsleiter an. Versuchen Sie ihm gegenüber in dieser Hinsicht behilflich zu sein und ihn nicht in die Pfanne zu hauen. Helfen Sie ihm,

- auf seinen Posten zurückzukommen.
22. Wenn das Org-Board nicht die Realität Ihres Postens widerspiegelt, so berichten Sie es an HCO.
 23. Wenn Sie mehr als einen Posten innehaben und sehen, daß Sie nicht genügend Zeit haben, um all Ihren Hats genügend Aufmerksamkeit zu widmen, so daß die Arbeit verzögert oder überhaupt nicht gemacht wird, so ist es Ihre Pflicht, diese Sache mit Ihrem Unterabteilungsleiter zu regeln, damit *der* Situation abgeholfen wird. Wenn sich herausstellt, daß einer Ihrer Posten aus Mangel an verfügbarer Zeit ihn auszufüllen vernachlässigt wird, kann der Unterabteilungsleiter sich mit dem Direktor für Verwaltung oder dem Assoziationssekretär der Sache annehmen, damit dieser spezielle Hat richtig ausgefüllt wird. Wenn eine Person zuviele Hats hat oder die Arbeitslast so sehr gewachsen ist, daß einer Ihrer Hats nicht ausgeführt wird - aus Mangel an Zeit, sich ihm zu widmen, kann der Organisation selbst und ihrem Feld viel Randomität erwachsen. Wenn Sie Hats aus verschiedenen Abteilungen ausführen, so lassen Sie sich immer vom Abteilungsleiter beraten, unter dem sich Ihr jeweiliger *Hat befindet*.
 24. Sie sind verantwortlich dafür, sich an das MITTEILUNGS-SYSTEM und das KENNFARBEN-SYSTEM der Organisation (gemäß HCO PL vom 8. Apr. 58) zu halten.
 25. Wenn Sie Fragen in bezug auf Ihre Pflichten auf irgendeinem Posten haben, so wenden Sie sich an Ihren Abteilungsleiter.
 26. Wenn Sie Posten wechseln, so stellen Sie sicher, daß Sie die Personalabteilung, den Direktor für Verwaltung und den HCO-Sekretär darüber orientieren, so daß Ihre Akte entsprechend geändert werden kann.
 27. Tun Sie Ihr Bestes, helfen Sie Ihren Kollegen. Mitarbeiter sind ein Team, keine Gegner. Wenn Sie jemanden sehen, der seine Arbeit nicht tut, oder nur dürftig erledigt, helfen Sie *ihm* - machen Sie ihm einige Vorschläge, die er sich anschauen kann - das funktioniert besser, als ihn einfach niederzumachen. Vielleicht weiß er es ja wirklich nicht besser. Es ist zu Ihrem Vorteil, Ihren Kollegen beizustehen. Wenn Sie sie dabei unterstützen, einen besseren Job zu machen, kommt dabei ein höherer Gehaltsscheck für Sie heraus. Wenn Sie sie persönlich angreifen, oder ihnen in den Rücken fallen, schneiden Sie sich und der Organisation die Kehle durch. Wenn Sie sehen, wie sie ihre Arbeit besser machen können, so sagen Sie es ihnen, nicht jemandem am Hinterausgang. Konfrontieren Sie sie. Helfen Sie ihnen.
 28. Jeder Mitarbeiter ist verantwortlich für die Organisation an sich. Für ihre äußere Erscheinung - ihr Personal - ihre Leistung. Sie kann nicht Einwandfreies leisten, wenn nicht jeder Mitarbeiter dafür sorgt, daß sie es tut.

L. RON HUBBARD
Gründer

LRH:CSI:jw.rd.rr.gm;
Übers.:.../MJ:mj
Übersetzung genehmigt
vom LRH Comm EU

Als offizielle
Richtlinie der Kirche
angenommen von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 29. MAI 1963
KORRIGIERT UND WIEDERHERAUSGEGEBEN
AM 12. OKTOBER 1985

(Korrigiert, um die letzten zwei Absätze
hinzuzufügen, die auf manchen Mimeo-
kopien weggelassen wurden.)

CenOCon
SHSBC-Studenten
Franchise
Feld

Wiederherausgabe-Serie Nr. 14

WIE MAN ARBEIT ERLEDIGT

(Wiederherausgabe des HCO-Bulletins
vom 19. August 1959)

Tun Sie es jetzt.

Einer der besten Wege, um Ihre Arbeit zu halbieren, besteht darin, sie nicht doppelt zu machen.

Ihre fruchtbarste Quelle für Dev-T ist wahrscheinlich Ihre eigene Doppelarbeit.

Dies ist die Methode, Ihre Arbeit zu verdoppeln:

Sie nehmen einen Mitteilungszettel oder ein Stück Arbeit, sehen es an und legen es dann auf die Seite, um es später zu machen. Und später dann nehmen Sie es und lesen es nochmals, und dann erst tun Sie es.

In dieser Weise wird natürlich Ihr Geschäftsverkehr einfach verdoppelt.

Einer der Gründe, warum ich so viel Geschäftsverkehr handhaben kann, liegt darin, daß ich ihn nicht zweimal mache. Ich mache es absolut zur Regel, daß ich - wenn ich feststelle, daß ich etwas handhabe, was ich zu tun habe - diese Sache dann auch handhabe und sie nicht irgendwo ablege oder in die Kategorie „später“ einordne.

Wenn ich zufällig meinen Korb im Kommunikationszentrum durchkrame, um zu sehen, was da ist, dann erledige ich das, was ich finde.

Wenn mir eine Nachricht oder ein Datum gegeben werden, die weitere Handlungen von meiner Seite verlangen, so tue ich es gleich dann, wenn ich sie kriege.

Auf diese Weise erkaufe ich mir „Zeit zum Bummeln“.

Nun, ich versuche nicht, mich als ein Muster an Tugend hinzustellen, als der Mann, der immer seine Arbeit macht; ich mache viele Jobs und trage viele Hats; ich stelle mich als einen ehrgei-

zigen Bummler hin und als jemanden, der sich wertvolle Zeit zum Bummeln erkauft.

Es besteht keine Notwendigkeit, beschäftigt auszusehen, wenn Sie nicht beschäftigt sind.

Es besteht keine Notwendigkeit, die Arbeit zu hätscheln und sie zu kosen, weil es etwa nicht genug Arbeit gäbe.

Es gibt mengenweise Arbeit, die zu tun ist. Die beste Lösung für Arbeit jeder Art ist, sie zu erledigen.

Wenn Sie jede Arbeit, die Ihres Weges daherkommt, DANN erledigen, WENN sie Ihnen daherkommt, und nicht erst nach einer Weile, wenn Sie immer die Initiative ergreifen und etwas unternehmen und diese Arbeit nicht an jemand anderen verweisen, dann bekommen Sie niemals irgendwelchen Geschäftsverkehr zurück, außer Sie haben am anderen Ende der Kommunikationslinie einen Psychotiker.

Kurz gesagt, die Methode, um zu erledigende Dinge loszuwerden, ist, sie zu erledigen, nicht, sie zu verweisen; alles, was Sie verweisen, muß noch einmal von Ihnen gelesen werden, noch einmal geistig verarbeitet und noch einmal gehandhabt werden; verweisen Sie Ihren Geschäftsverkehr also niemals, erledigen Sie ihn einfach, so daß er erledigt ist.

Man kann eine Kommunikationslinie endlos in Aufruhr halten, indem man vorgibt, daß der leichteste Weg, nicht zu arbeiten, darin bestehe, Dinge nicht zu handhaben oder Dinge zu verweisen. Alles, was Sie nicht handhaben, kommt zurück und beißt. Alles, was Sie verweisen, muß erledigt werden, wenn es zu Ihnen zurückkommt.

Wenn Sie also wirklich jemand sind, der die Bequemlichkeit liebt, wenn Sie zu jenem Menschenschlag gehören, der behaglich gähnt und der sich Löcher in die Absätze macht, indem er sie auf dem Schreibtisch ausruht, wenn Ihr wahrer Ehrgeiz darin besteht, sich einem langen Anfall von Frühjahrs Müdigkeit hinzugeben, dann werden Sie es so machen, wie ich es Ihnen vorgeschlagen habe, und alles handhaben, was Ihnen auf den Weg kommt, und zwar dann, wenn es kommt, und nicht später, und werden niemals irgend etwas an irgend jemanden verweisen, das Sie selbst sofort erledigen können.

Daß die Leute anfangen, mit dem Finger auf Sie zu zeigen, um Sie als ein Muster an Leistungsfähigkeit zu preisen, auf Sie als denjenigen zu zeigen, der den nächsten Weltrekord an Geschwindigkeit erhascht, und daß Artikel zu erscheinen beginnen, die von den Wundern berichten, welche Sie zustande bringen, all das ist nebensächlich. Sie und ich wissen, daß wir es getan haben, damit wir faul sein konnten und nicht zu arbeiten brauchten. Denn wahrhaftig, es kann gesagt werden, daß der Weg zu aller Schwerarbeit, mit der man sich lange und permanent herumplagen muß, darin besteht, das Handeln aufzuschieben, wenn die Nachricht empfangen wird, und darin, es alles an jemand anderen zu verweisen. Das ist der Weg zur Schinderei, zu ermüdeten Muskeln und zu einem Gehirn, in das man sich Löcher gedacht hat; das ist der Weg zu Kommunikationskörben, in denen sich das Papier zu Stapeln hoch auftürmt.

HCO PL 29.5.63
korr. u. wdrhrsg.
12.10.85

- 3 -

Ich lade Sie also ein, gemeinsam mit mir die Zeit zu verträdeln.

Tun Sie die Arbeit, sobald Sie sie sehen, und tun Sie sie selbst.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Als offizielle
Richtlinie der Kirche
angenommen von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:CSI:jw/vmm:pm:ms:gm;
Übers.:EJ/LB/MS/RL:lb:gh
Übersetzung genehmigt vom
I/A Officer CLO EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-RICHTILINIENBRIEF VOM 25. JUNI AD13

Nur für
Scientologen

(Diesem Papier die Ausgabe
„EINE INTERNATIONALE ZIELSETZUNG“ beifügen.)
Für jede Zentrale Organisation und jedes City Office 1 Exemplar.

EINE INTERNATIONALE ZIELSETZUNG

(Dieser Richtlinienbrief ist nur für Scientologen. Der Plan in der Anlage jedoch Ausgabe für die allgemeine Öffentlichkeit. Bei der Veröffentlichung des beigefügten Planes an die Öffentlichkeit oder an Scientology-Magazine darf dieser Deckblatt-Richtlinienbrief nicht mitveröffentlicht werden.)

Als wir im Januar dafür angegriffen wurden, daß wir ein E-Meter verwendeten, habe ich für uns eine zweiteilige Richtlinie eingeführt:

1) In Rechtssachen die Stellung zu halten und Gerichtsfälle zu gewinnen, wo immer es nur möglich ist, aber keinesfalls an Boden zu verlieren.

2) Die Forschung zu beschleunigen, indem Clear und Theta-Clear als Zielsetzung übertroffen wird, wobei die Arbeit an der Technologie, die zu Zwischenzuständen führte, fallengelassen wird, und sich auf das Erreichen des Zustandes O. T. mittels Auditing konzentriert wird – als die beste nach vorn gerichtete Antwort auf unsere Schwierigkeiten.

In Teil Eins dieses Programms erringen wir mit Leichtigkeit Erfolge. Das ist jedoch lediglich kurzfristig, denn der Verfall der Welt schreitet immer schneller voran.

In Teil Zwei haben wir die notwendige Technologie mit einer unfaßbaren Beschleunigung und Steigerung erreicht.

Wir haben jetzt O. T. direkt und tatsächlich in Sicht, mit nur wenigen hundert Stunden wirklich gekonnten Auditings, die dazwischenliegen. Das ist ein verblüffender Durchbruch, ein Sprint und Kraftakt der Forschung.

Wir sind nur noch Monate davon entfernt, O. T.s zu haben, oder im Höchstfall ein Jahr.

Man muß keinem Scientologen sagen, was das bedeutet.

Diese Tatsache nötigt uns zu einer nach vorn gerichteten Planung. Der frühere Ärger mit O. T.s war nur der Mangel an Kooperation und einer Zielsetzung, zu der Übereinstimmung bestand. Ohne das unterliegen O. T.s schwächeren Wesen mit höherem Organisationstalent. O. T. ist nur dann ein unstabiler Zustand, wenn O. T.s nicht mit O. T.s kooperieren, sondern jeder allein seiner eigenen Wege geht, in der starken, aber albernen Überzeugung, er könne im Alleingang überleben. Der Beweis liegt vor, daß O. T.s nicht als O. T.s überlebt haben, wo immer eine solche Super-Individualisierung mit der Super-Organisation schwächerer Wesen zusammenprallte. Die Lösung hierfür besteht darin, organisiert zu bleiben,

mit gegenseitiger Unterstützung und Integrität, und nicht den Kontakt mit oder die Verantwortlichkeit für alle Stufen von Lebensformen und Gesellschaften zu verlieren.

Das heißt nun, daß Programme für eine derartige Übereinstimmung geboten werden müssen.

Der erste Schritt besteht darin, einen Atomkrieg und weltweites Chaos zu verhindern und die Erde als Rehabilitationszentrum zu verwenden, da die Technologie nun einmal hier etabliert ist. Ein zweiter, nachfolgender Schritt wäre die Einrichtung von Einheiten in nahegelegenen Systemen - zentralen Organisationen nicht unähnlich.

Wirkliche Konflikte mit stellaren Mächten, die Interesse an diesen Gebieten haben, werden sich nicht entwickeln. Das kann ich für die zwei hauptsächlich in dieser Galaxie Betroffenen versichern, was einmal die Espinol United Stars sind, zu dem das Sonnensystem entfernt gehört, und zweitens die Galaktische Konföderation, der sich Espinol mehr oder weniger beugt.

Da nicht alle lebenden Dinge in der Lage sind, O. T. zu erreichen (die überwiegende Mehrheit des irdischen Artenbestandes, wie Tiere, Gras und Bäume ist möglicherweise von untergeordneter Herkunft) ist die Rehabilitationsaufgabe nicht so gewaltig, wie es aussehen mag.

Somit haben wir als allererstes das Problem, dem sich der heranwachsende O. T. gegenübergestellt sieht. Was tun, um die Dinge ins Lot zu bringen?

Ich schlage vor, daß jede Aktion, die auf dieser Welt von einem O. T. unternommen wird, von dem beigefügten Programm bestimmt ist: „Eine Internationale Zielsetzung“. Jede öffentliche Parteinahme für uns oder die Erde, alle destruktiven oder rachsüchtigen Tendenzen, jede Entwicklung oder öffentliche Maßnahme sollte in das Erreichen des beigefügten Programmes kanalisiert werden.

Mehrere O. T.s, selbst wenn sie unabhängig voneinander arbeiten, könnten das erreichen. Darüber hinaus hat der Plan einige Erfolgchancen, selbst wenn er auf ganz herkömmliche Art und Weise realisiert wird, wie durch Verteilung mehrerer Exemplare in den Büros der Vereinten Nationen, durch Schaltung in Zeitungen, dadurch, daß er die Aufmerksamkeit größerer kommerzieller Interessen auf sich zieht.

Wahrscheinlich könnte sich jeder von uns einen Plan für die Erde ausdenken. Einigen wir uns doch anstelle dessen auf einen geeigneten Plan, an dem alle von uns teilhaben können.

JEDER PRECLEAR, DER AUF O. T. ZUGEHT, SOLLTE DIESEN RICHTLINIENBRIEF UND DEN PLAN LESEN. DER ÖFFENTLICHKEIT DARF DIESER PLAN GEZEIGT WERDEN UND ER DARF ÜBERALL VERÖFFENTLICHT WERDEN. DIESER RICHTLINIENBRIEF DARF JEDOCH NICHT VERÖFFENTLICHT WERDEN.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH; Übers.:MJ/ST:mj
Übersetzung genehmigt vom I/A Off CLO EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex
HCO-POLICYBRIEF VOM 14. AUGUST AD13

Zentrale
Organisationen
St.-Hill-
Studenten

SCIENTOLOGY FÜNF
PRESSERICHTLINIEN

(Der Technische Direktor gibt dem HCO-Sekr. und Assn.-Sekr., allen HCO-Führungsekretären und jedem Direktor für Spezialprogramme über Theorie und Praxis dieses Policybriefes ein Starrate Checkout und berichtet es mir, sobald das getan wurde.)

Dieser HCO-Policybrief modifiziert Presserichtlinien.

Wir kümmern uns nicht darum, ob ein Scientologe zur Presse kommuniziert, aber wenn er es tut, sollte er gewisse Punkte beachten.

Bestimmte einflußreiche Kreise - hauptsächlich aus der American Medical Association (Amerikanischer Ärzteverband), einem privaten Heilungsmonopol - wollen der Scientology-Bewegung auf der ganzen Welt größtmöglichen Schaden antun, um ihr riesiges, ärztlich-psychiatrisches Einkommen und ihr ersehntes Monopol zu schützen, das jährlich an die zehn Milliarden einbringt. Auf ihren Konferenzen beklagen sie sich darüber, daß wir und ähnliche Leute sie 1,1 Milliarden Dollar pro Jahr kosten, die sie nicht erhalten. Ihr einziges Interesse ist Einkommen. Bezug: Protokolle verschiedener AMA-Konferenzen. Nahezu die gesamte schlechte Publicity von uns und Angriffe auf uns werden von zwei Männern begonnen: der eine heißt "Keaton", ist AMA-Presseman, und der andere heißt "Field" und ist ihr "Untersuchungschef". Diese Männer bringen Fluten schlechter Berichte über Scientology in die Presse, in Magazine und den Rundfunk. Ihr einziges Interesse ist ein ärztlich-psychiatrisches Monopol für die AMA. Sie machen die Öffentlichkeit gegenüber der Tatsache blind, daß die Verbrechen der Psychiatrie ärztliche Verbrechen sind und nicht Verbrechen mentaler Heilung. Der ärztliche Psychiater nimmt in der Welt der Psychiatrie nur einen kleinen Platz ein. Er will jedoch alles für den physikalischen Teil der Medizin in Anspruch nehmen.

Der einzige Angriffsgrund ist Geld und das Monopol. Wenn Ethik mit ins Spiel käme, würden sie ihre Verfehlungen wiedergutmachen.

Ihre Publicity reicht bis nach Übersee. Diese Leute benutzen die FDA, und FDA-Pressemitteilungen werden nach Übersee geschickt.

Mir ist es gleich, ob jemand denkt, daß dies nicht sein sollte oder daß dies nicht in Ordnung sei. Es ist nicht in Ordnung. Es ist einfach Tatsache, und wir haben die Beweise schwarz auf weiß.

Unsere Richtlinie bestand immer darin, Heilung Heilung sein zu lassen und Medizin und andere Bereiche der Psychiatrie nicht

anzugreifen. Dafür werden wir nun mit fortwährend schlechter Presse bedacht.

Ärzte, die Psychiatrie praktizieren, sind besonders angreifbar. Ihre physiologische Technologie gehört in das 19. Jahrhundert. Der Psychiatrie hängen unzählige Verbrechen an. Hitler und Stalin hielten ihre Macht mittels ärztlicher Psychiatrie. Der Psychiater verbündet sich hauptsächlich mit den Reichen und Mächtigen. Deshalb kann er einem schweren Angriff nicht standhalten. Außerdem hat er viele Overts.

Wir sind modern - 20. Jahrhundert. Wir gehören dem Volk an. Wir hassen Faschismus und Brutalität. Wir, das Neue, ersetzen das Alte. Wir haben den Überlebenstest bestanden. Trotz 13 Jahren mit Angriffen haben wir überlebt. Aus diesem Grund muß etwas an uns dran sein und wir müssen in Ordnung sein. Soviel zur Rechtmäßigkeit oder Wahrheit solcher Angriffe.

DER REPORTER

Der Reporter, der zu Ihnen kommt, mit einem Lächeln und mit Withholds, und "eine Story will", hat eine von der AMA initiierte Pressemitteilung in der Tasche. Er ist hier, um sie insofern 'rein-zulegen, als Sie seinem vorfabrizierten Artikel Nachdruck verleihen.

Die Story, die er schreiben wird, ist schon von einem zweiten Schriftleiter aus alten Zeitungsausschnitten und AMA-Pressemitteilungen zusammengestellt worden.

Er weiß wahrscheinlich genau wie Sie, daß sie anständig und effektiv sind.

Trotz allem hat er überhaupt keine Möglichkeit, den vorfabrizierten Artikel zu ändern, den er in Auftrag bekommen hat. Auch wenn er Auditing bekäme oder ansonsten vollkommen vom großen Wert der Scientology überzeugt wäre, würde er immer noch die gleiche bissige Geschichte schreiben. Täte er es nicht, würde er wahrscheinlich rausfliegen. Somit ist die Zeit, die Sie damit verbringen, ihn von Ihrer Anständigkeit und Effektivität zu überzeugen, verschwendet.

Er will eine Story. Die einzige Möglichkeit, ihn zu handhaben, besteht darin, ihn hinauszuerwerfen oder ihm eine Story zu liefern, von der er denkt, es sei eine Story. Es gibt kein Mittelding.

Veröffentlicht er glatte Lügen, so verklagen Sie seine Zeitung wegen Verleumdung, wenn Sie wollen; aber haben Sie keine Angst vor dem, was er schreiben wird. Das Einkommen Zentraler Organisationen steigt normalerweise während schlechter Pressekampagnen. Er kann Ihnen eigentlich nicht wirklich schaden, ganz gleich, was er tut oder sagt. Das Wenigste, was Sie tun sollten, ist, sich nicht zu Aussagen verleiten zu lassen, die verdreht werden können.

Im Gegensatz zu seinem Wunschdenken formt die Presse nicht immer die Meinung der Öffentlichkeit.

Ein schlechtes Produkt verkauft sich nicht, ganz gleich, wieviel Anzeigen gekauft werden oder wieviel gute Presse darüber existiert. Stärker als Presse ist die Mund-Zu-Mund-Werbung. Wenn ein mittels Anzeigen bekanntgemachtes Produkt keine gute Mund-Zu-Mund-Werbung hat, verkauft es sich nicht.

Wir haben gute Mund-Zu-Mund-Werbung und werden sie behalten, solange wir Service geben.

Folglich ist guter Service und Anständigkeit besser als gleichmäßig gute Presse. Seien Sie anständig, geben Sie als nächstes guten Service, und wir werden es schaffen, ob nun mit guter Presse oder mit schlechter.

Wir ziehen es vor, keine Presse zu haben, da sie die Mund-Zu-Mund-Werbung unter den Leuten verlangsamt.

Wie dem auch sei, schlechte Presse ist keine Katastrophe. Der Reporter kann Ihnen also nicht wirklich weh tun und ist jemand, den man nicht zu fürchten braucht. Es ist eher ein Jammer - denn wenn er schreibt, was er denkt, kann er einpacken. Das ist es, was ihn krank und zynisch macht. Er mag wissen, daß Sie anständig und effektiv sind, und dennoch wird er hingehen und schreiben, was Ihm aufgetragen wurde.

Selbst wenn Sie ihm diesen Policybrief geben würden, und er sagen würde, daß es nicht wahr sei, müßte er Artikel schreiben, auf die die folgenden Punkte zutreffen.

Also sitzt er wirklich in der Klemme. Er müßte die Menschheit verkaufen, wenn sein Schriftleiter ihm den Auftrag dazu geben würde.

Aber er würde eine andere Geschichte schreiben, wenn er eine fände, die dem Schema entspräche, das er bringen muß.

REGELN FÜR ZEITUNGSARTIKEL

Wenn Sie ihm eine Story liefern wollen, die er veröffentlichen wird, dann müssen Sie diese Regeln kennen, weil es die Regeln sind, an die er sich hält.

Die Regeln für das Schreiben in Zeitungen sind heutzutage sehr genau. Und das Vorliegende ist wahrscheinlich eine weit bessere Analyse der Regeln als das, was ihm zur Verfügung steht - also können Sie mit Sicherheit gewinnen.

Damit ein Artikel gedruckt wird, muß er einen oder mehrere dieser Punkte enthalten:

1. SCHADEN (Blut, Gewalt, Beschädigung, Tod, ein Skandal)
2. SEX
3. GELD
4. BEDEUTENDE NAMEN
5. Die Story muß geschrieben sein, um irgendetwas zu ENTWERTEN.
6. Die Story muß eine KONTROVERSE enthalten.
7. Die Story muß ZWEI ENTGEGENGESETZTE KRÄFTE enthalten. Der dialektische Materialismus ist die Grundphilosophie, die gegenwärtig von der Gesellschaft benutzt wird. Diese Philosophie ist grob mit der folgenden Aussage umrissen: "Es sind zwei entgegengesetzte Kräfte nötig, um eine Idee zu produzieren". Der Scientologe erkennt dies als RIs in einer GPM, in der Realität eines Schriftleiters ist es WAHRHEIT.

Deshalb beinhaltet eine großartige Story für einen Zeitungsmann beinahe alle Punkte 1-4 und 5, 6 und 7.

Das ist die Formel, mit der moderne Zeitungen operieren. Sie veröffentlichen keine andere Art von "Neuigkeiten".

Sie könnten zur Maikönigin gewählt werden sein und die Schlagzeile würde lauten: "Kontroverse bringt Königinnenwahl zum Platzen. Hinweis auf sexuelle Vorurteile."

Falls Sie glücklicher Erbe einer Milliarde Ihres Onkels wären, der sie lieb hatte, und sich daranmachen, damit der Menschheit zu helfen, gäbe es folgenden Zeitungsartikel: "Fauler Spiel bei Tod von Onkel vermutet. Erbrecht angefochten. Sexualeben wurde untersucht."

Und das ist die "Is-ness" des Enthetas, genannt Nachrichten.

Das klingt wie kriminelles Gerüchtekochen. Ist es auch. Aber es ist auch das gesamte Nachrichtenschema dieses Jahrhunderts. Es ist das, was der Meinung des Redakteurs nach die Zeitungen verkauft. Es mag nicht einmal der Fall sein, aber diese Leute glauben es sei so. Und der Herausgeber, wirtschaftlichen Zwängen ausgesetzt, muß Zeitungen verkaufen, um zu überleben.

EINE BELASTUNG FÜR SCIENTOLOGY

Wenn Sie ihm überhaupt einen Artikel liefern, dann muß der Reporter ihn auf die obige Formel bringen, oder er wird nicht veröffentlicht. Er braucht es gar nicht auf Sie abgesehen haben oder böse auf Sie sein. Er muß einfach einen "Artikel" schreiben, der den obigen Prinzipien entspricht.

Wenn Sie nur über Scientology sprechen, dann muß er entsprechend Punkt 7 ein anderes Terminal beschaffen, also fügt er "die Öffentlichkeit" hinzu und läßt Scientology gegen "das öffentliche Interesse" angehen. Er hat dann keine andere Wahl, als Scientology für die Öffentlichkeit als gefährlich erscheinen zu lassen.

Weil er eine Regel in Punkt 1 über Schaden hat und kein Blut finden kann, ist er dazu gezwungen, etwas zu erfinden, das schädigt oder Schaden verursacht hat.

Bei 2 muß er Sex haben, also muß er etwas Sex erfinden.

Bei 3 muß er über unsere Spendenbeiträge sprechen, weil Geld eine großartige Voraussetzung für einen Artikel ist.

Bei 4 braucht er Namen und so muß er meinen Namen als den bekanntesten gebrauchen, ungeachtet aller anderen Leute innerhalb von Scientology.

Bei 5 muß er die Punkte 1 bis 4 für Scientology entwertend darstellen, falls dies das einzige vorhandene Item ist; und er erwartet, daß sein Publikum die Zeitung kauft, deswegen kann er das Publikum nicht entwerten.

Bei 6 muß er sich etwas ausdenken, was in Frage gestellt wird oder einfach sagen, wir seien kontrovers, da er eine Kontroverse haben muß. Das macht die Dinge für seinen Schriftleiter "aktuell und interessant".

Und wie ich oben schon erwähnte, muß er zwei Kräfte haben, weshalb es ihn drängt, die Öffentlichkeit als die andere Kraft zu

benutzen, die Scientology "entgegengestellt" ist.

Aufgrund der besonderen Natur der Berichterstattung bei der Zeitung und der Einzigartigkeit von Scientology bekommen Sie solange schlechte Presse, wie Sie nicht unter eigener Regie Presseartikel herausgeben.

Es ist naiv, gute Presse zu erwarten. Die Presse wird niemandem auf die Schulter klopfen. Sie wird sich daran machen, ihre Regeln darüber, "was eine Story ist" in 1 - 7 oben, zu befolgen. So unfair dies auch aussieht, es ist die Is-ness dessen.

EIN GUTER ARTIKEL

Der beste Artikel, den Sie sich von der modernen Presse erhoffen können, würde all die obigen Elemente enthalten müssen.

Dies klingt tödlich für uns. Ist es in Wirklichkeit aber nicht. Wir müssen nur ihr Schema beherrschen, unsere eigenen Artikel unter Verwendung dessen herausgeben und sicher sein, daß nicht wir es sind, die mit Blut, Sex, Geld und bedeutenden Namen in Verbindung gebracht werden. Soll es doch Blut, Sex, Geld und der Name anderer Leute sein.

In Wirklichkeit liefern wir für die ersten vier Punkte nicht viel Stoff. Wir sind zu anständig, wir geben zu viel Service.

Man muß sich Schlechtes ausdenken, um überhaupt zu diesen Punkten zu kommen.

Benutzen wir also ihr Schema, wenn wir Presse, aber mit einem sorgfältigeren Gesichtspunkt, haben wollen.

ÜBUNGEN

Als erstes sollten Sie einige Tageszeitungen überfliegen und sich selbst davon überzeugen, daß die Nachrichtenformel oben den Tatsachen entspricht, und um zu sehen, wie verschieden die sich daraus ergebenden Artikel ausfallen. Sie werden feststellen, daß Sie erkennen können, wann ein Artikel, je nachdem, wieviel Voraussetzungen erfüllt sind und wie der Umfang von einem oder mehreren der Punkte ist, in einer Zeitung erscheinen würde. Und Sie werden voraussagen können, wie lange sich eine Geschichte halten wird, indem Sie herausfinden, wieviele Voraussetzungen sie erfüllt und in welchem Ausmaß.

Und Sie werden Nachrichten-Analytiker sein. Der Artikel eines Kolumnisten ist die Ausnahme. Er ist gegen bestimmte Dinge. Er hält sich jedoch ebenfalls an andere Bedingungen. Wenn wir einfach gegen etwas wären, hätten wir höchstwahrscheinlich Artikel im Stil des Kolumnisten, aber keine Schlagzeilen.

Es ist eine gute Übung. Haben Sie es erst einmal gemacht, wird Ihnen die Presse keine Angst mehr einjagen. Und Sie können Ursache darüber sein.

Nehmen Sie die Artikel der Titelseite und einen Bleistift zur

Hand. Finden Sie bei jedem einzelnen Artikel so viel wie möglich Voraussetzungen 1 - 7 und schreiben Sie die Anfangsbuchstaben jeder Voraussetzung dazu.

Es ist ein amüsanter Spiel. Sie werden in keinem Artikel viele vermissen und Sie werden feststellen, daß diejenigen, die tagelang auf der Titelseite erscheinen, alle Voraussetzungen erfüllen.

Nehmen wir "Irgendein A" her. Wir sind gegen diese Person oder Sache.

1. Erklären Sie, wie schädigend "Irgendein A" ist.
2. Erklären Sie die sexuellen Aspekte von "Irgendein A", oder unterlassen Sie es.
3. Geben Sie Werte bezüglich der riesigen Summen an, die mit "Irgendein A" verbunden sind.
4. Geben Sie bedeutende Namen an, die mit "Irgendein A" verbunden sind, und geben Sie an, was mit ihnen nicht in Ordnung ist.
5. Stellen Sie sicher, daß "Irgendein A" entwertet wird.
6. Erklären Sie, daß mit "Irgendein A" etwas kontrovers ist und erklären Sie genau, was daran kontrovers ist.
7. Wie oben erwähnt. müssen Sie sicher sein, klarzustellen, daß Sie "Irgendein A" als Kraft bekämpfen und Sie haben einen komplett gestalteten "Zeitungsartikel".

Hier und da kann ein geschickter Presseemann einen Einfall bekommen, der einen reinen Interessewert hat. Das ist im wesentlichen ein Theta-Artikel. Und in einer geistig gesunden Gesellschaft würden hauptsächlich diese Artikel veröffentlicht werden. Gäbe man sie in der gegenwärtigen Gesellschaft heraus, würden 1 - 7 zu solch einer Geschichte addiert werden. Denken Sie nur an meinen Artikel über Tomaten - "Gemüse reagiert am E-Meter". Im wesentlichen hatten demnach Körper und Gemüse die gleiche Reaktionsordnung. Ich machte daraus "Spüren Tomaten Schmerz?" und ich bekam internationale Presse. Aber noch bevor eine Woche zu Ende war, wurden folgende Elemente hinzugefügt: 1. Verrückt, das zu glauben; 2. Hübsches Mädchen hat sich in Kohlkopf verliebt; 5. Wahrscheinlich nicht; 6. Kontrovers. Sie haben es nicht fertiggebracht, 4 über meinen Namen hinaus zu erweitern und 7 haben sie überhaupt nicht zustandegebracht. Aber es ging zwei Jahre lang so, und jeder kannte diesen Vorgang - von der Texas-University bis zur US-Regierung.

Sie hungern nach Ideen. Und das ist rar, wie Sie sich angesichts einer Philosophie wie des russischen dialektischen Materialismus vorstellen können. Deshalb päppelt die Presse alte Geschichten auf und setzt sie fort. Sie schauen nach neuen Artikeln, erwarten aber keine. Mein letzter Presseheini sagte (nachdem ich eine internationale Pressegeschichte, die Theta war, zum dritten Mal im Jahr - alles sorgfältig geplant - herausgebracht hatte) "Aber man kann sich doch nicht alle sechs Wochen einen Tomaten-Artikel ausdenken!". Er konnte nicht glauben, daß es möglich ist, neue Ideen zu bekommen, und er war auch der Meinung,

es sei unmöglich, gute Presse zu bekommen.

Es ist immer möglich, Presse zu bekommen. Das Schwierigste ist es, Theta-Presse zu bekommen, weil das zu weit vom modernen Schema abweicht. Sie und ich wissen, daß Theta sich schneller bewegt als Entheta. Da mag es einem komisch vorkommen, warum sich Zeitungen überhaupt verbreiten. Denn ihr Muster ist enturbulierend und es ist daher unwahrscheinlich, daß es eine große Ausdehnung hat.

Aufgrund dessen können wir davon ausgehen, daß diesen Leuten an dauerhaften Artikeln gelegen ist, nicht interessanten oder informativen Artikeln. Zeit in einem Artikel mit ins Spiel zu bringen, ist also immer gut.

"Wir bekommen immer Fälle vom Typ A. Man muß aufhören, ständig A zu verkaufen", "Es dauert Jahre, um wirklich einen professionellen Auditor auszubilden", "Wir haben schon seit Jahren versucht, A zu stoppen."

Eine Kampagne gegen Verdorbenheit ist immer eine gute Nachricht. Das geht kilometerweit. Weil gewöhnlich alle sieben Punkte stimmen.

Um einen Zeitungsartikel zustande zu bringen, ist es oft notwendig, in Aktion zu treten. Die Aktion muß den Nachrichtenwert der Geschichte nicht übersteigen. Dieser Job ist eine Art Sonderprogramm. Beispiel: Ein Teenager erscheint im HGC, ist von einem Jungen aus dem Gymnasium geschlagen und vergewaltigt worden und verschweigt das seither. Es wird ausauditiert, die Eltern werden dazu gebracht, einer Untersuchung zuzustimmen, und die Presse wird geholt. Geben Sie einen Artikel über Verderbtheit und Verbrechen am örtlichen Gymnasium heraus, wobei die Organisation die Untersuchung durchführt. An den darauf folgenden Tagen: die Nachlässigkeit der Polizei kritisieren. Den Schuldirektor kritisieren. Dann noch mehr Teenager-Sex-Fälle finden. Einfach jeden Tag der Presse eine neue Sache präsentieren. Die Aktion durchziehen. Unternehmen Sie etwas, halten Sie eine Pressekonferenz ab. Setzen Sie Studenten ans E-Meter. Setzen Sie Lehrer ans E-Meter. Bringen Sie Eltern dazu, Anzeige zu erstatten. Geben Sie schließlich der Schule den Rat, sie solle einen ständigen geistigen Berater einstellen, und täglich mit den "Teenage-Gangstern" mentales Training machen. Fassen Sie dann alles zusammen und lassen davon ab. Sie haben erreicht, daß etwas Schlechtes zu etwas Gutem gemacht wurde - Scientology in Schulen.

Sie können sich einen Kalender für kommende Ereignisse machen, ein Tag, eine Aktion. Eine Aktion, einen Artikel. Und ziehen Sie alles durch.

Übung: Entwerfen Sie eine Artikelserie mit Zeitplan über: "Scientology-Geistliche verlangen den Beweis von der FDA, daß Anti-Baby-Pillen keine Sex-Stimulantia sind."

Das ist Presse. Sie sind Ursache darüber. Sie erhalten sie nicht einfach.

Und die gesamte Presse muß auf das Realitätsniveau der Zeitung zugeschnitten sein, nicht auf das des Publikums.

Viele Presseagenten (Public-Relations-Berater) verstehen die Presse nicht. Sie handeln oft nur, um sie zu verhindern. Oder sie versuchen, mich 24 Stunden um die Uhr zu benutzen, um sich auf Punkt 4 zu spezialisieren. Oder sie wollen "Sensationspresse" -

wie Bernarr McFaddens Fallschirmsprung in die Niagara-Fälle mit 70 Jahren oder irgendeine Blondine, die den Kanal durchschwimmt. Das hat wenig Wert und ist Gelegenheitspresse. Und Presse zu verhindern ist auch nur eine Zufallsfrage, weil man nur Wirkung ist.

Wenn Sie wirklich "gute" Presse haben wollen, dann beschaffen Sie etwas, was in die Punkte 1 - 7 paßt, dann planen Sie eine genaue Reihe von Aktionen, führen sie in der genauen Reihenfolge durch und bringen für jede Aktion eine Pressemitteilung heraus. Die Presse wird Ihnen um den Hals fallen.

Es mag Ihnen aufgehen, daß genau dieses Vorgehen (armselig aufgezogen) das ist, womit die AMA gegen uns arbeitet. Damit liegen Sie ziemlich richtig. Der Unterschied ist nur der, daß ihre Aktionen auf ein niederträchtiges Ziel gerichtet sind.

Dies ist eine Analyse der gegenwärtigen Presse. Sie ist herausgegeben worden, um zu helfen, unsere Situation in bezug auf Presse und unsere Probleme besser zu verstehen.

Ich stimme mit dem gegenwärtigen Stand der Presse nicht überein. Ich gebe nur Daten über die Presse, und falls Sie Presse haben wollen oder Presse handhaben müssen, wird das in der gegenwärtigen Gesellschaft nur dann erfolgreich sein, wenn man die obigen Elemente voll und ganz versteht.

Mit diesen Scientology-FÜNF-Daten könnten wir 100 Tage pro Jahr auf der Titelseite erscheinen.

L. RON HUBBARD

LRH:dr.rd; Übers.:WB/MJ:mj
Übersetzung genehmigt vom LRH Comm New Era Pubs

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex
HCO-POLICYBRIEF VOM 21. AUGUST AD13

CenOCon
Saint-Hill-Studenten
Kein Magazin-
Artikel

ÄNDERUNG VON TARGETS DER ORGANISATION

PROJEKT 80

EINE VORSCHAU

Ich habe nun einen Durchbruch im grundlegenden Auditing erzielt und nachgewiesen, wodurch die Targets von Organisationen verändert werden. Dies hat eine große Bedeutung für Organisations-Sekretäre und Assoziations-Sekretäre, HCO-Sekretäre, Technische Direktoren, Direktoren für Pozeßing und Ausbildung, PE-Direktoren, Registrare, Briefregistrare, angestellten Auditoren und Instruktoren, den Zustand der Akademie, das HGC und die Mitarbeiter-Ko-Auditing-Sektion.

Dieser technische Fortschritt macht viele anderen Dinge möglich. Wir werden deren breite Anwendung auf die Planung und Verbreitungsarbeit von Zentralorganisationen PROJEKT 80 nennen.

Was im wesentlichen passiert ist, ist die Tatsache, daß ich die wichtigsten Mindestfaktoren herausgefunden habe, warum Auditing funktioniert, und ich habe die wichtigen Teile davon ausgesucht, damit wir uns darauf konzentrieren können. Diese Teile sind: 1) (In Scientology Eins und Zwei) DIE ITSA-LINIE; 2) (In Scientology Zwei) TONARMAKTION; 3) (In Scientology Zwei) DIE AUFMERKSAMKEIT DES PC AUF DIE DINGE LENKEN, DIE IHN VON RELEASE UND CLEAR ABHALTEN; und 4) (In Scientology Drei und Vier) DIE AUFMERKSAMKEIT DES PC AUF DIE DINGE LENKEN UND DIE DINGE HANDHABEN, DIE IHN VON O.T. ABHALTEN.

Dies sieht fast zu einfach aus. Doch es macht einen enormen Unterschied bei den Ergebnissen und der Verbreitungsarbeit. Warum? Wegen der Leichtigkeit, mit der Auditingergebnisse erzielt werden können. Denn EINFACHHEIT bringt eine weitreichende Leichtigkeit der Kommunikation.

NEUE SCIENTOLOGY-GRUNDDEFINITIONEN

1. Scientology I: WAS IST EIN AUDITOR?
Ein Auditor ist jemand, der zuhört. Auditor bedeutet Zuhörer.
2. Scientology I: WAS IST EIN PRECLEAR?
Jemand, der Dinge über sich selbst herausfindet und "klarer" wird.

3. Scientology I: WAS IST FALLGEWINN?
Jede Fallverbesserung für den PC.
4. Scientology I: WAS IST SCIENTOLOGY?
Die Wissenschaft über das Leben und Verbesserung für jedermann.
5. Scientology I: IN WELCHER HINSICHT IST SCIENTOLOGY ANDERS?
In Scientology hat der Preclear immer recht. In Scientology ist man der Auffassung, daß die Menschen sich mit sich selbst am besten auskennen.
6. Scientology I: GEGEN WAS RICHTET SICH SCIENTOLOGY?
Scientology ist gegen Brutalität und Euthanasie medizinischer Hirnbeschädigung und gegen Mißhandlung, Sklaverei und Bestrafung jeglicher Form.
7. Scientology I: WOFÜR STEHT SCIENTOLOGY?
Freiheit von Geheimnissen. Freiheit von Furcht.
8. Scientology I: WAS IST EIN BUCHAUDITOR?
Jemand, der Bücher über Scientology studiert hat und anderen Leuten zuhört, um sie zu verbessern.
9. SCIENTOLOGY I: WAS IST KO-AUDITING?
Ein Team von zwei Leuten, die sich gegenseitig dabei helfen, mittels Scientology-Verfahren ein besseres Leben zu erreichen.
10. Scientology I: WAS IST EINE AUDITINGSITZUNG?
Ein genauer Zeitraum, währenddessen der Auditor den Vorstellungen des Preclears über sich selbst zuhört.
11. Scientology II: WAS IST PROFESSIONELLES AUDITING?
Sitzungen von einem trainierten Auditor, der von ethischen Kodizes und technischen Fähigkeiten bestimmt wird und der die Aufmerksamkeit des PC auf Bereiche lenkt, die bei Untersuchung durch den Preclear eine Befreiung von genügend Ladung verursachen, so daß es zu einer Tonarmaktion kommt und damit schließlich der Zustand Clear erreicht wird.
13. Scientology I: WAS IST EIN RELEASE?
Jemand, der weiß, daß er sich durch Auditing weiter verbessern kann und daß er sich im Leben jetzt nicht mehr verschlechtern wird.
13. Scientology II: WAS IST EIN CLEAR?
Jemand, der dieses Leben in Ordnung gebracht hat.

(Hinweis: Diese und weitere ähnliche Definitionen sollten ständig veröffentlicht und angeschlagen werden, und es sollten Vorträge darüber gehalten werden, bis sie jedem vertraut sind.)

Sie werden feststellen, daß sich Ihre Verbreitungsarbeit verbessern wird, wenn Sie sich auf diese Aspekte von Scientology und Auditing konzentrieren. An den Stellen, wo Sie diese Einfachheit in den technischen Abteilungen und Aktivitäten der Organisation überschreiten, werden Sie wahrscheinlich mehr Verluste als Gewinne bei durchgeführtem Auditing haben, außer bei Auditing, das von Saint-Hill-Absolventen durchgeführt wurde. Dies schließt auch Auditing mit ein, das von Saint-Hill-Absolventen überwacht wird - d. h. wo selbst dieses überwachte Auditing die obigen Definitionen überschreitet,

werden Sie mehr Verluste als Gewinne haben. Man braucht sogar Saint-Hill-Absolventen, um selbst diese Auditingstufe einzulernen, Sie sollten es also nicht gering einschätzen.

Als Organisation hängt Ihre Zukunft von SERVICE ab. Wo mit SERVICE versucht wird, die obigen Definitionen zu überschreiten, werden Sie finanzielle und technische Verluste und Dev-T haben.

Das heißt nicht, daß Saint-Hill-Absolventen auf der Stufe von Klasse IV nicht ko-auditieren sollten. Es heißt, daß Sie ein Durcheinander haben werden, wenn Sie darauf bestehen, daß andere die obigen technischen Stufen überschreiten.

Wenn Sie die Itsa-Linie in Anwendung haben und sich der TA bewegt, wird schließlich jeder O.T. werden, und Sie schließen niemanden aus. Sie MACHEN ES IHNEN SOGAR ERST DAMIT MÖGLICH, O.T. ZU WERDEN.

R1C ist Ihr Arbeitspferd für Ko-Auditing-Teams, W-Einheit, externe Ko-Auditing-Teams usw. R2C ist Ihre professionelle Stufenversion bis Clear. Ihr Service umfaßt ARK-Bruch-Assessments und alle Kenntnisse und Daten von Scientology I und II.

Dies bedeutet schnelles Akademie-Training, gute, permanente HGC-Ergebnisse, gute Verbreitungsarbeit in der Öffentlichkeit und wenig Kopfschmerzen.

Es bedeutet NICHT, daß diejenigen, die qualifiziert sind und die Stufe absolviert haben, um Material von III und IV in Organisationen zu auditieren, dies nicht tun können. Es heißt nur, daß eine Organisation sich auf positive Gewinne bei I und II spezialisiert.

Wir haben jetzt weitergehende Auditingergebnisse als in früheren Jahren erreicht - nur mit der Itsa-Linie und TA-Bewegung - trotz der Einfachheit des Materials.

Wir haben auch durch den technischen Fortschritt die Realität der Öffentlichkeit überschritten. Somit haben wir in verschiedenen Datenbereichen Scientology innerhalb von Scientology.

Ein solides Scientology Eins in öffentlichen Bereichen und ein PE, ein gutes Scientology Zwei in der Akademie und im HGC, und Sie haben es. Scientology DREI und VIER haben ihre festen Grundlagen in der Erfüllung zunächst von Scientology EINS und ZWEI. Und Scientology FÜNF basiert fest auf Scientology Vier. Eine Stufe basiert also vollständig auf der vorhergehenden Stufe und stimmt speziell in A, R und K mit dieser Stufe überein. Das A, R und K von Scientology Eins entspricht der Öffentlichkeit, den Ko-Auditing-Teams und den unteren Akademiestufen. Wenn dieses A, R und K erreicht wurde, dann ist das Wesen bereit für Scientology Zwei und kann allmählich sein A, R und K aufbauen, um ihm zu entsprechen und so weiter.

Wenn jene von uns, deren A, R und K bereits Scientology Drei und Vier entspricht (und das umfaßt eine Menge HPAs/HCA's und frühere Mitstreiter), Organisationen weiterhin nur auf dieser A-, R- und K-Stufe laufen, werden wir die Organisationen sicherlich vom A-, R- und K-Potential neuer Leute aus der Öffentlichkeit und selbst von Leuten auf der Stufe von Scientology Zwei abbringen. Wenn wir Elfenbeintürme schaffen, schneiden wir damit unsere Verbindung zur Öffentlichkeit ab. Sie wären erstaunt, wie weit oberhalb des technischen Verständnisses der Öffentlichkeit selbst DAS IST LEBEN liegt!

Dennoch ist es im Augenblick unser bestes Scientology-Eins-Buch. Es befindet sich eigentlich auf der Stufe von Scientology Zwei. Wir haben dies soeben durch Tests mit einigen Saint-Hill-Studenten erfahren!!!

Wenn wir also die obigen Daten für Scientology Eins und Zwei überschreiten und auf diesen Stufen keine unterstützende Arbeit und Daten liefern, schneiden wir uns selbst von der breiten Mehrheit der Öffentlichkeit und selbst einigen Scientologen ab und werden uns recht allein innerhalb der Zivilisation wiederfinden. Potentiell haben wir mit dem, was wir wissen, eine Mehrheit aller Völker auf unserer Seite. Wir haben das nicht erreicht, weil 1) wir unser Gebiet nicht ordnungsgemäß eingeteilt hatten 2) wir uns noch auf technische Probleme der höheren Stufen konzentriert haben, die nun gelöst sind und 3) wir hatten unsere Brücke zur allgemeinen Öffentlichkeit und dem durchschnittlichen Fachmann bereits abgebrochen, indem wir sein A-, R- und K-Potential überschritten hatten.

Deshalb müssen wir - und ich denke, Sie sind mit mir einer Meinung - in der Öffentlichkeit nur auf der Stufe von Scientology Eins Verbreitungsarbeit machen; schaffen Sie externe Ko-Auditing-Teams in der Öffentlichkeit (keine Gruppen), die nur Scientology-Eins-Prozessing machen, auf dem sie Gewinne erhalten können. Spezialisieren Sie sich in der Organisation (HGC und Akademie) nur auf Scientology EINS UND ZWEI. Und verwenden Sie Scientology Drei, Vier und Fünf, um die Sache zu laufen, und greifen Sie sich jene, deren A, R und K sich diesen Stufen nähert.

Ich hoffe, Sie betrachten dies als vernünftige Richtlinie. Ich weiß bereits, daß technische Gewinne auf die Organisationen warten, die nur die obigen Daten verwenden.

Der Schlüssel für eine Organisation ist nicht Geld. Es ist SERVICE. Wenn Service geliefert wird auf der A-, R- und K-Stufe, die nötig ist, strömt Geld herein.

SERVICE bedeutet technische Ergebnisse. Mein größtes Interesse liegt bei hohen technischen Ergebnissen, und ich weiß, daß das, was ich Ihnen hier skizziere, Ihnen mehr technische Gewinne pro Student und PC einbringen wird als jede Menge Daten höherer Stufen, die unangemessen geliefert werden. Deshalb setze ich mit dieser Einfachheit die technischen Dinge nicht herab, sondern herauf, wie Sie feststellen werden.

Ich werde Scientology-Eins- und Scientology-Zwei-Texte und -Artikel aufschreiben müssen. Aber Sie haben bereits die technische Seite davon oder werden sie in wenigen Tagen mit diesem Policybrief erhalten.

Es wird einiges an Tun erforderlich sein, um alle diese Dinge einzuführen. Wenn Sie es tun, werden Sie Ihre neuen Gebäude und massenhaft Leute und überschäumende Bankkonten und Einfluß bekommen.

Dies ist die Sache also auf organisatorischer Ebene. Wir machen uns bereit für den Start in die Öffentlichkeit. Wir werden alle hart arbeiten müssen, um es zu erreichen. Doch wir können es schaffen - vorausgesetzt wir überschreiten die obigen Grundregeln nicht und vorausgesetzt wir geben SERVICE auf der A-, R- und K-Stufe der Leute, die danach verlangen.

L. RON HUBBARD